revista del consumidor

VOLUMEN 1 NUMERO 2 DICIEMBRE 1976.

EJEMPLAR $ 10.00

DE COLECCION Y CONSULTA.

ESTA PUBLICACION NO ADMITE ANUNCIOS

- La entrevista del mes: José Gálvez, el actor.
- ¿Quién gobierna el comercio del libro? "El abarrotero", dice Raúl Prieto.
- El sol brilla para todos... los que saben comprar bien.

- ¿Navidad Feliz? no adquiera juguetes peligrosos
- Estudio comparativo de "consomés concentrados".

¡¡COMPRE!!
SUPERVENTA
BARATA
¡VENGA!
HOY MISMO!!
COMPRE
¡¡ACA!!
VENTA DE LUJO
AQUI GRAN
¡VENGA!
CORRA!!
REALIZAC
COMPRA SOLO LO INDISPENSABLE
AQUI →
AHORRE
COMPRE
VENTA
SALDOS
OPORTUNI
ABONOS
$
ADQUIERA HOY
¡ENDROGUESE →
COMPRE!!
ALBERTO ISAAC

revista del consumidor

VOLUMEN 1 NUMERO 2 DICIEMBRE DE 1976
EL TIRO DE ESTA EDICION CONSTA DE 200.000 EJEMPLARES

DIRECTORIO

JAMES R. FORTSON
Director General
ROBERTO E. ROJAS A.
Asistente del Director
PATRICIO VEGA B.
Subdirector Editorial
CARLOS HIEBER BRAN
Director de Arte
HECTOR HATCH GOMEZ
Subdirector de Arte
ALEJANDRO LOYOLA MORALES
Diseño Gráfico
RAMON DIEZ SUAREZ
MARGARA SMITH
ROSARIO URANGA
Redactores
JAVIER JIMENEZ BRITO
Corrector
JAVIER TORRES GUZMAN
Maquetista
JAVIER RASCON NIEVES
GERARDO MEDELLIN VILLAFUERTE
Ilustradores
MARTHA ALICIA VILLANUEVA
Coordinadora de Producción
CARLOS CARDENAS
Auxiliar del Coordinador del Depto. Técnico
EDUARDO DONNAY
Fotografía
ALEJANDRO CISNEROS
Asistente de Fotografía

LIC. FERNANDO RODRIGUEZ GONZALEZ
Coordinador Administrativo

CONSEJO EDITORIAL

PRESIDENTE
LIC. SANTIAGO SANCHEZ HERRERO
Director General del Instituto Nacional del Consumidor

VOCALES
LIC. JOSE ANTONIO PEREA GAVALDON
Subdirector de Orientación y Difusión del INC

LIC. GUILLERMO WILKINS
Subdirector Técnico del INC

ALBERTO DIAZ LASTRA
Coordinador de la Subdirección de Orientación y Difusión del INC

JAMES R. FORTSON
Director General de la Revista del Consumidor.

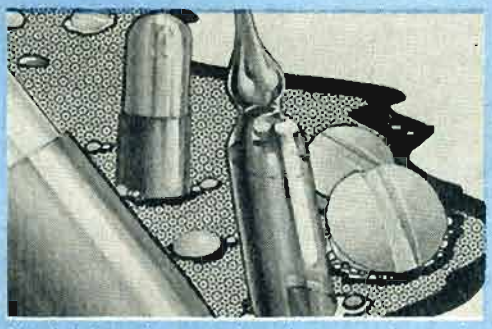
Precios:	República Mexicana	Extranjero
Ejemplar suelto	$ 10.00 M.N.	U.S. $ 0.60
Suscripción anual (12 Números)	$100.00 M.N.	U.S. $ 6.00
Ejemplar atrasado	$ 15.00 M.N.	U.S. $ 0.90

SUMARIO

Página

La correspondencia 50
El consumidor en el mundo 52
Los juguetes 54
Preguntas y respuestas 61
La salud y usted 63
No muchas cosas, sino mucho 65
La entrevista del mes: José Gálvez 68
El estudio comparativo del mes:
Consomés concentrados 70
Magia 78
El crédito en tarjetas 80
Ganar comprando 83
El consumo en broma 87
¿Sabía usted que...? 89
El vocabulario del consumidor 90
Y después de nosotros, ¿qué? 91
Los de enmedio 94
Yo consumidor 96

El juguete es uno de los primeros contactos del niño con el mundo exterior: compre el adecuado. Página 54



Hasta la fecha, no hay una medicina efectiva contra la gripa. Los antigripales sólo producen alivio. Página 63

Ahorrar centavos y estirar los pesos, es el pensamiento de toda ama de casa. Una dieta adecuada ayuda a resolver el problema. Página 65

Con una población de 12 millones de habitantes, sólo el uno por ciento de los residentes del Distrito Federal asisten al teatro. José Gálvez, el actor, discute este y otros problemas. Página 68

Los principales componentes de los "consomés concentrados" son la sal, los saborizantes artificiales y no la carne de pollo. Página 70

Ser un buen comprador es saber qué adquirir, dónde serlo y cuándo; pero esto no es tarea fácil. Página 83

LA CORRESPONDENCIA

"quejas, denuncias, experiencias personales"

La Revista del Consumidor se reserva el derecho de reescribir y editar a su manera toda carta que llegue a la Redacción, en el entendido de que se respetará al máximo su contenido.

Envíe su carta a:
"Revista del Consumidor"
Insurgentes Sur No. 1871
México 20, D.F.

Más sobre la Revista

Señores:

La publicación de una revista, como portavoz del Instituto Nacional del Consumidor, cumplirá con una función primordial de instrucción y educación pública, al proporcionar un contenido expresado en una presentación formal, clara, sencilla y agradable.

El esfuerzo sostenido permitirá una superación continua, ya que, participando en una tarea común, veremos con sumo agrado la aparición de los medios adecuados que nos acerquen a las metas que nos hemos propuesto.

Hacemos patente nuestra solidaridad a Revista del Consumidor, confiando en que se lograrán excelentes resultados.

Salvador Pliego Montes
Procuraduría Federal del Consumidor.

Señores:

Revista del Consumidor debe reunir las características de objetividad y solidez para informar adecuadamente al público sobre la problemática general del consumo.

Ello supone un cuidadoso estudio de los problemas, escuchando a las partes interesadas y evitando generalizaciones injustas.

Confío en que la revista resultará un elemento positivo de gran valor, basando esta afirmación en el demostrado espíritu constructivo que prevalece en el Instituto Nacional del Consumidor.

Jorge Sánchez Mejorada
Confederación de Cámaras Industriales.

Señores:

Me he enterado de la aparición de Revista del Consumidor, como medio de comunicación y equilibrio en las relaciones entre vendedor y comprador.

Confío en que este órgano de difusión orientará eficazmente a los consumidores —así como dará a conocer la Ley Federal de Protección al Consumidor y las funciones de la Procuraduría Federal del Consumidor y del Instituto Nacional del Consumidor—, siempre y cuando maneje la información con plena veracidad.

Víctor Manuel Gaudiano
Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio.

Nada nuevo bajo el sol

Señores:

A pesar de que el país cuenta con su Ley apenas desde el cinco de febrero del año en curso, ¿puede decirse que México es pionero en asuntos de defensa del consumidor?

Rafael Pérez Sandoval
Lago Trasimeno No. 38
México, D.F.

Revista del Consumidor:

No, los créditos se los lleva en este caso Suecia, en donde existen actualmente, como resultado de una legislación anterior a la mexicana, una Agencia Nacional de los Consumidores, para fijar las bases de una política racional de consumo; la Oficina Nacional de Precios, para controlarlos, y la Comisión de Encuestas sobre Publicidad. Por su lado, la ley sueca sobre Prácticas Comerciales creó el K.O. Consumer Ombudsman, el Tribunal del Mercado y el Antitrust Ombudsmen. Estos organismos, conjuntamente con un sinnúmero de cooperativas de consumidores federados en una unión, juegan un papel importante en la creación de un lenguaje común entre proveedores y compradores, porque de eso se trata principalmente todo este asunto.

El departamento Técnico del Instituto Nacional del Consumidor, sin embargo, nos señala que esta respuesta queda trunca si no se mencionan otros esfuerzos llevados a cabo en diferentes periodos de la historia, aunque no sean tan sistemáticos e institucionales como los de los suecos. Para tomar un ejemplo, un edicto firmado por Luis XI, rey de Francia, en 1484, dice textualmente:

"A todo aquel que vendiere mantequilla y que haya adulterado su peso agregándole piedras u otras cosas será devorado por nosotros, y dicha mantequilla le será colocada sobre su cabeza, hasta que el sol la haya derretido totalmente.

"Y si el sol no fuese lo suficientemente caliente, el acusado será exhibido en un gran patio frente a una inmensa hoguera. ¡Y todos podrán mirarle!

"Los perros le habrán de lamer y la gente podrá gritarle con el epiteto que quiera, siempre y cuando no se ofenda a Dios o al Rey."

Así pues, la defensa del consumidor por parte de los gobiernos es cuento viejo.

El famoso cuatro por ciento

Señores:

Cada vez que voy al supermercado, me da la impresión de que pago impuestos por la mayoría de mis compras. Me gustaría que me in-

formaran de qué se trata este cobro; si es legal y, si fuera posible, que publicaran una lista de los productos exentos, para que todas las amas de casa sepamos a qué atenernos.

María Luisa de Santacruz
Callejón Aclamaya 18
México, D.F.

Revista del Consumidor:

El impuesto a que usted se refiere naturalmente es legal. Se trata del cuatro por ciento sobre ingresos mercantiles. Pero como usted acertadamente menciona, existe una lista de artículos exentos del pago, contenida en el Artículo 18 de la Ley Federal de Impuestos sobre Ingresos Mercantiles, que con mucho gusto reproducimos:

- *Aguas purificadas, destiladas o potables, no gaseosas, ni compuestas, así como el hielo;*
- *Maíz, frijol, arroz y trigo, así como otras semillas que se utilicen en la alimentación humana, siempre que no se modifique su forma, estado o composición;*
- *Azúcar, mascabado, piloncillo y sal;*
- *Carbón vegetal;*
- *Carnes en su estado natural, frescas, refrigeradas o congeladas, destinadas a la alimentación humana;*
- *Pescados y mariscos en estado natural, frescos, refrigerados o congelados, siempre que no se consuman en el establecimiento que los expende;*
- *Aves de corral y huevos;*
- *Legumbres, verduras y frutas en estado natural, siempre que no se modifique éste;*
- *Tortillas, masa de nixtamal, harina de maíz, harina de trigo en ventas de primera mano hechas por los molinos, y pan, excepto pastel;*
- *Leche natural, condensada, evaporada, deshidratada, rehidratada o enlatada.*

No permita, entonces, que comerciantes abusivos carguen con un cuatro por ciento a ninguno de los productos mencionados arriba.

Suprimida la causa, desaparece el efecto

Señores:

Leí con interés su artículo sobre coches en el primer número de Revista del Consumidor. Creo, sin embargo, que olvidaron mencionar algo sobre el siempre creciente consumo de gasolina en los autos, debido quizá a la carrera de los fabricantes por imprimir una mayor potencia al motor.

Mi problema es que por ser agente viajero, paso una buena parte de mi tiempo rodando el carro, y otra, que creo aún mayor, proveyendo de gasolina a mi sediento tanque. ¿Algún consejo para ahorrar?

Rodolfo Gamboa Uriarte
Cerro Gordo 176
México, D.F.

Revista del Consumidor:

Aunque en algunos casos es cierto eso de que todo es uno y lo mismo, permítanos comunicarle que el artículo a que usted se refiere trata principalmente sobre lo que a juicio del INC debería saberse al comprar un coche usado; jamás pretendió incursionar todos los problemas que origina el uso —y abuso— que damos a cada vehículo que cae en nuestras manos. Cuestión de enfoque.

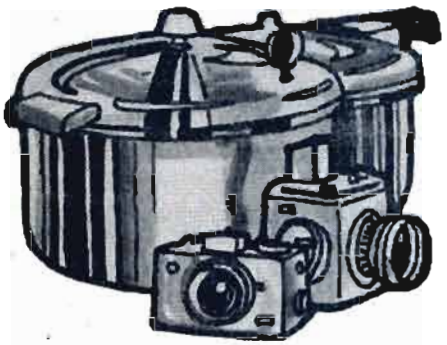
Para responder a su pregunta en concreto, consultamos una serie de fuentes informativas de las que sacamos las siguientes prescripciones:

- *Planifique diariamente su recorrido para evitar dar vueltas innecesarias. Busque siempre la ruta más corta y despejada.*
- *Siguiendo el principio de "hoy por tí, mañana por mí", no viaje solo en su auto. Recoja a alguien o pida que pasen por usted al saber que más o menos se está en la ruta de vecinos o amigos.*
- *No incorpore a su vehículo accesorios "devoradores de gasolina", como el doble carburador. Y no olvide que los coches con equipo automático gastan más combustible.*
- *Ocasionalmente viaje en autobús, metro o incluso en bicicleta. El autobús, a ciertas horas, descansa; el metro, descongestiona el tráfico; y la bicicleta, ejercita músculos y no contamina. No olvide que andar a pie es saludable y económico. Hágalo en distancias cortas.*
- *Revise su auto periódicamente. Debe estar bien "afinado" y las llantas requieren tener una presión adecuada. Ajuste el "choker" o estrangulador automático de aire.*
- *Utilice el tipo de gasolina conveniente.*
- *Mantenga lleno el tanque. La gasolina se evapora más fácilmente en un tanque incompleto.*
- *Revise su modo de conducir. Evite frenar continuamente y no sobrecaliente el motor en las mañanas.*
- *No maneje a altas velocidades. Si su coche gasta un litro cada 10 kilómetros a 50 KPH, a 80 recorrerá 8.8 kilómetros por litro y a 120 sólo 7 kilómetros por litro.*

"El Consumidor en el Mundo"

Un reciente número de la revista "Consumer Reports" —publicación de la Unión de Consumidores de los Estados Unidos de América—, trata dos temas que son de validez para los consumidores mexicanos. Por un lado, elabora un extenso informe sobre 18 diversos tipos de ollas de presión, cuyos costos varían entre los 30 y los 73 dólares. Más allá de las estadísticas, lo que realmente interesa de dicha encuesta es que sólo existen en el mercado norteamericano tres marcas de ollas de presión relativamente confiables. Bien vale la pena, entonces, preguntarse qué sucede con las similares en México. Por otra parte, advierte "Consumer Reports" acerca del alto índice de mortalidad provocado por el *botulismo* (intoxicación producida por la ingestión de alimentos en malas condiciones y en donde el 23 por ciento de los casos, son mortales) y apunta la conveniencia de utilizar ollas de presión para garantizar la higiene en las comidas, lo que se logra gracias a la alta concentración de calor que alcanzan los artefactos.

Otro punto de interés que ofrece la publicación mencionada se refiere a las marcas más comunes de cámaras fotográficas. Tras analizar 38 diferentes tipos de aparatos —que cuestan en en el país vecino entre 15 y 300 dólares—, se pregunta "Consumer Reports": ¿qué tipo de cámara realmente es la que necesita usted? La respuesta, dice la revista, deberíamos intentarla todos los que nos sintamos tentados a adquirir una cámara que, en la mayoría de los casos, ofrece sofisticaciones no necesarias para retratar paisajes o fiestas familiares, uso que por lo general le da a estos aparatos el ciudadano medio. Y no hay que olvidar que, como en el caso de la cámara fotográfica, la adquisición de ciertos artículos electrónicos puede llegar a comprometer seriamente la economía hogareña.



Singular campaña cubana

Uno de los principales problemas que deben enfrentar, desde hace años, los dietistas del Ministerio de la Industria Alimenticia de Cuba, es el de impulsar a la población de la isla a cambiar sus hábitos alimenticios. Un análisis aparecido en el diario oficial "Granma" señala que la producción de arroz cubano alcanzó la cifra récord de 222 mil toneladas métricas. Sin embargo, Cuba debe importar dicho artículo para satisfacer la demanda interna. (El arroz es, para los cubanos, el elemento básico de casi todas sus comidas, mientras que la producción de pescados no logra la debida aceptación). De modo que el problema a enfrentar, según las autoridades, es el de habituar a la población a consumir más pescado y menos arroz, lo que redundará en grandes beneficios para la economía del país. Por esto, se llevan a cabo actualmente extensas campañas de educación pública a fin de que los consumidores varíen sus patrones alimenticios. Una tarea sin duda difícil, pues el arroz es, para los cubanos, como el chile y los frijoles para los mexicanos.

Mal consumo en Argentina

Hace un mes, al comenzar el campeonato nacional de fútbol en Argentina, los teletipos informaron al mundo un hecho insólito: dada la crisis económica imperante en el país, una afamada marca de tabacos proponía

financiar el torneo. ¡Y lo sorprendente era que tal ofrecimiento había sido aceptado! Esto motivó la inconformidad de no pocos sectores y la abierta queja de Jorge Alberto Bottini, un experto publicista que trabajó, hace algunos años, en el hoy disuelto Instituto Di Tella.

Bottini dijo: "Es inadmisible que Argentina sea uno de los pocos países del mundo civilizado en el que las compañías tabacaleras gozan de todo tipo de privilegios y de ninguna restricción. No sólo las diferentes marcas no hacen advertencia alguna sobre lo nocivo que puede resultar el consumo de tabaco para la salud, sino que también se les facilitan todos los medios para que su propaganda sea enorme; masiva. Y ahora, los argentinos debemos contemplar, azorados, cómo las autoridades permiten que el más popular de los deportes esté ligado a una empresa que, por otra parte, es transnacional. Esto atenta no sólo contra la salud física de la población, sino también contra la economía popular, que está siendo incitada a consumir más y más cigarros."

Filosofía del buen consumidor

En Suecia, a poco de las recientes elecciones y cambio de gobierno, ya han comenzado a considerarse los proyectos de ley que ingresarán al nuevo parlamento para reorientar los hábitos de consumo de la población. En este país existe, desde hace muchos años, una ley que limita el consumo de bebidas alcohólicas, ya que el alcoholismo se ve como uno de los mayores problemas sociales suecos. La nueva legislación propuesta, ha sido explicada por Gunnar Christensen, experto en la materia que trabaja en una importante fábrica de alcoholes de Malmö, la segunda ciudad del país. "No basta con atacar el consumo de alcohol por medio de anuncios televisados —dijo—, pues está comprobado que cuanto más intensas son las campañas gubernamentales, curiosamente aumenta el consumo, como una manifestación de rebeldía en la población. Ahora, la nueva ley propone por un lado, limitar el consumo con restricciones en los horarios (en Suecia no se permite el expendio de bebidas alcohólicas después de las nueve de la noche) y, por el otro, reorientar el gasto popular, con una campaña que eduque al pueblo y le sugiera que, con el dinero que gasta en bebidas, se pueden adquirir otros bienes de consumo verdaderamente más importantes y útiles, como alimentación, vestido, libros y hasta obras de arte. El excelente nivel de vida de los suecos —uno de los más altos del mundo y el mayor de Europa—, permitirá que buena parte del dinero que se destina a bebidas se oriente ahora a otros usos que mejorarán la salud física, moral y aun intelectual de los suecos." El ejemplo de la legislación de este país, se dice, a la larga será imitado por muchos otros en donde el alcoholismo es un problema nacional.

Bacalao noruego

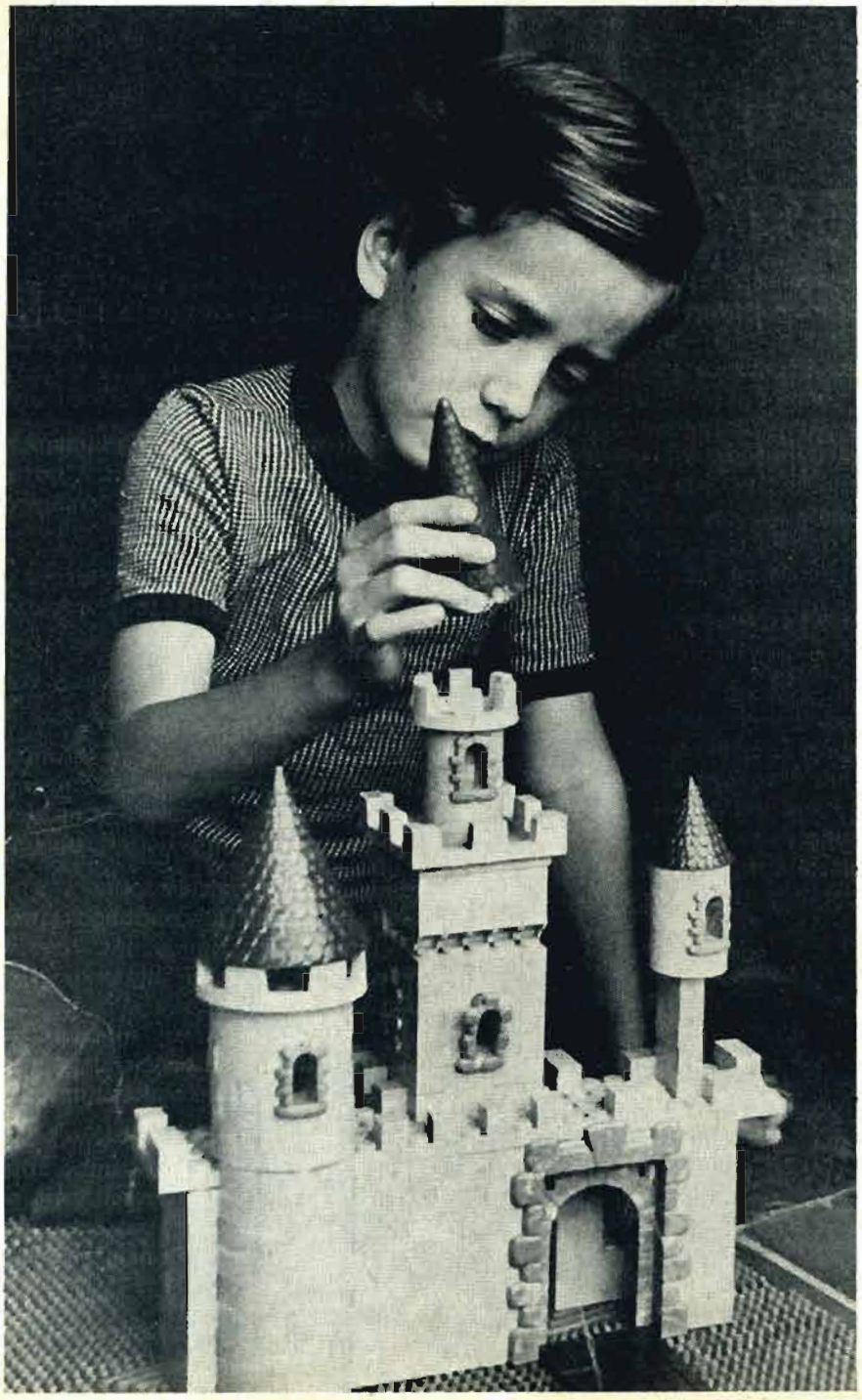
Y para seguir hablando de los escandinavos valga decir decir que, curiosamente, en momentos en que el mundo —al menos el occidental— parece estar en crisis, Noruega se muestra como una excepción sencillamente extraordinaria. Con cuatro millones de habitantes, una riqueza petrolera cada vez mayor y un nivel de vida de los más altos del globo, las autoridades de Oslo se enfrentan ahora a un singular problema: el bajo nivel de exportaciones de bacalao, debido principalmente a la avidez de los consumidores locales. Puesto que los impuestos noruegos figuran entre los más elevados del mundo, lo que provoca incesantes quejas de los ciudadanos, ahora se está pensando en lanzar una campaña nacional para que disminuya el consumo interno de bacalao. Esto permitiría, dice el gobierno noruego, incrementar las exportaciones y, también, reducir las tasas impositivas. Según Bjorn Balstad, director del Instituto Gallup de la ciudad de Oslo, "la impresión que dan los noruegos es la de estar satisfechos con la vida que llevan y muy bien podrían consumir menos bacalao. Más aún, al mismo tiempo que muchas personas aseguran que tienen abundancia de todo, en las últimas encuestas, un 90 por ciento de la población reconoció que sencillamente comía demasiado".

Previsión para el futuro

Un caso similar puede encontrarse en la flamante república de Nauru, una isla del océano Pacífico situada al este de Nueva Guinea. Tiene sólo 21 kilómetros cuadrados y nada más que seis mil habitantes, los que viven en una sorprendente prosperidad gracias a las exportaciones del fosfato más puro del mundo, producido por millones de gaviotas que depositan guano hace siglos en la isla. Con un ingreso medio de más de 18 mil dólares anuales por habitante, "el problema que se nos plantea —declaró Douglas Rogers, presidente del Comité de Inversiones del nuevo estado— es el del excesivo consumismo en que estamos cayendo, pues la verdad es que somos tan ricos que sólo nos queda dormir, pescar o comer. Precisamente, el de la gula es un problema nacional que ha provocado que una quinta parte de la población con más de 30 años sufra de diabetes, a la vez que las enfermedades del corazón se incrementen. Por ello, estamos en vísperas de lanzar una campaña masiva de educación gastronómica a fin de que la gente coma lo necesario, no dilapide su dinero y ahorre para el futuro. Pues si nuestro guano disminuyera en cantidad o en calidad, el futuro nuestro, a decir verdad, sería muy negro", concluyó el funcionario.

Los Juguetes

Dime con qué juegas...
y te diré quién serás



"Recibió quemaduras de primer grado al estallarse las brujas que llevaba en el pantalón."

"Tratando de imitar a Batman, un niño de nueve años se echó a volar desde un tercer piso; murió instantáneamente."

"Quedará sordo de por vida porque su amiguito le disparó muy cerca una pistola de fulminantes."

Esas fueron las noticias. Los detalles de las mismas se encargaron de publicarlos, con precisión, los diarios de todo el país. No han sido las primeras ni —desgraciadamente— serán las últimas que se refieran a los lastimosos casos de niños que, divirtiéndose con juguetes aparentemente "inofensivos", procurados tal vez por sus propios padres, encontraron la lesión pasajera o perenne, la invalidez, o incluso la misma muerte.

Los casos específicos mencionados, y que no son sino unos cuantos de los muchos que acapararon la atención del público en su momento, interesan sólo como síntoma y motivo de estudio para profundizar en algo que a todo ser humano se le proporciona desde sus primeros años de vida: el juguete.

Desafortunadamente, ni padres ni autoridades gubernativas o pedagógicas han dado todo el cuidado y atención que merece el empleo del juguete en la vida del niño, y en su desarrollo posterior.

El juego y la niñez se hallan unidos en forma tan indisoluble que puede decirse que en muchas mentes se confunden consustancialmente: no hay infancia sin juego ni juego sin infancia. Ahora bien, los juegos y los juguetes no son cosas intrascendentes que pueden quedar relegadas al olvido conforme el niño pasa a la adolescencia y a la edad adulta. De hecho, los juegos infantiles tienen repercusiones en la vida del hombre y en la influencia que él mismo pueda tener en la sociedad o en el círculo en que se mueve. Aún más, los juegos contribuyen al desarrollo de las funciones y capacidades esenciales en el niño: aptitudes motrices, percepción visual y auditiva, concepto, lenguaje, conocimiento, memoria, y creatividad.

En síntesis: *los juguetes son uno de los primeros y más importantes contactos del infante con el mundo exte-*

rior y contribuyen de manera decisiva en su formación física e intelectual. Para decirlo en otras palabras, no son sino imitaciones de pautas de conducta propias del adulto.

Por su lado, hay padres bien intencionados que a veces, guiados por una publicidad casi siempre exagerada, cometen el error de regalar a sus hijos juguetes de características exclusivamente educacionales, olvidando que, para lograr su propósito, deben ser también entretenidos. Así, se condena al niño al aburrimiento y sus objetivos al olvido.

Por ser tan importantes los juegos y los juguetes se comprende la existencia de una copiosa bibliografía dedicada al estudio sicológico del juego en todas las obras de pedagogía y paidología. Se justifica también lo extraordinario, complejo y poderoso que es el mundo de la industria del juguete.

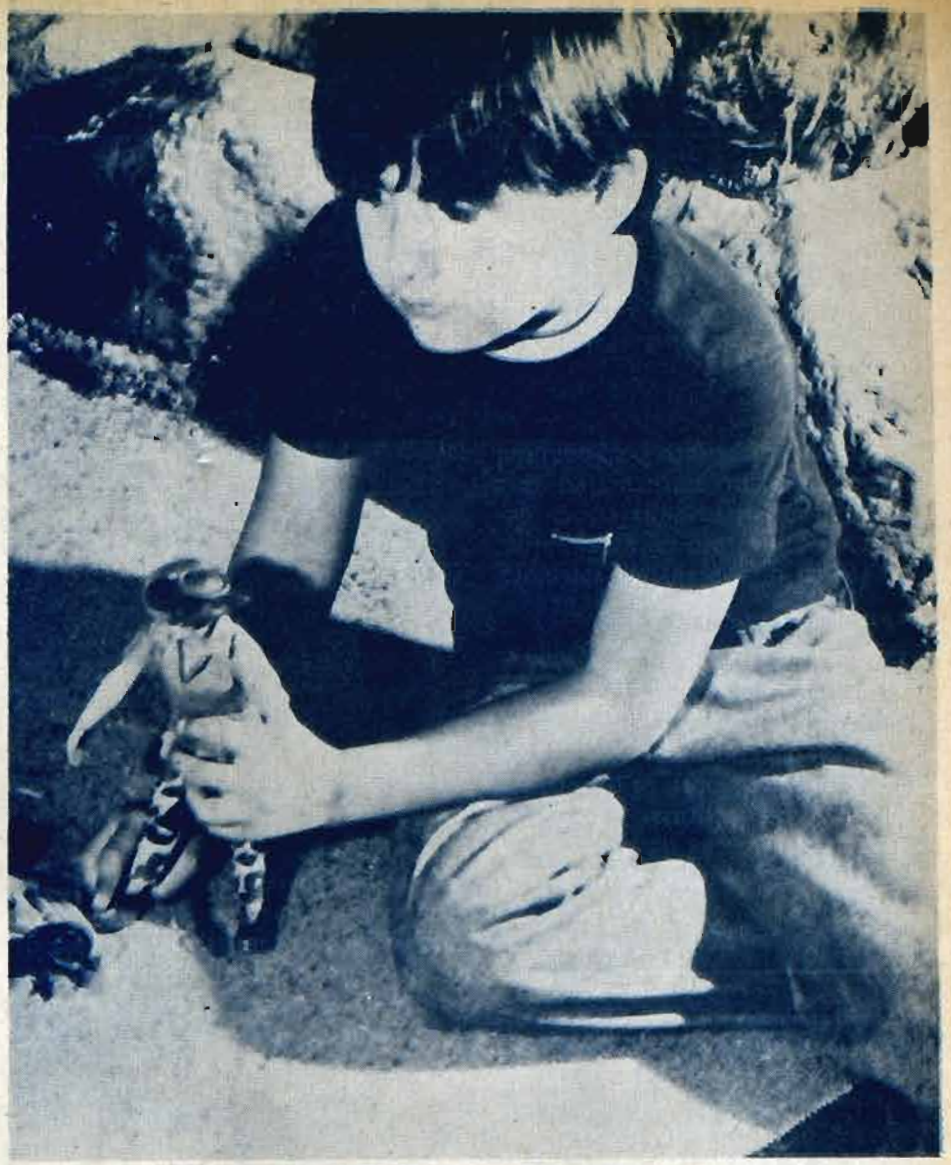
La industria del juguete en México, ocupa el segundo lugar en importancia en América Latina —inmediatamente después de la de Brasil— y su expansión en los últimos años ha sido de un 25 por ciento anual. En 1974, las ventas nacionales habían ascendido a más de 700 millones de pesos y se espera que este año el volumen global se incremente a 1.000 millones de pesos. Actualmente el número de fábricas en nuestro país pasa de 150 y los empleados que ocupa llegan aproximadamente a los 10 mil.

De acuerdo a indicadores confiables y tomando como base el año de 1974, el activo fijo de la industria era de 340 millones de pesos. En 1980 aumentará a 400 millones de pesos.

Por su parte, y como dato ilustrativo, valga el comentario de que sólo en Estados Unidos de América, las 2.500 fábricas del ramo representaron, en 1975, la sorprendente suma de 10 mil millones de dólares.

Hay juegos de juegos

Antes de comprar un juguete para el niño debe tomarse en consideración que, hay juegos de creación, otros de transformación, aun otros de destrucción y los denominados receptivos. Por lo tanto, los juguetes se pueden clasificar en los siguientes tipos según la función principal que cubren:



Recreativos. Su fin primordial es el de proporcionar placer, estimulando, al mismo tiempo, el desarrollo del sistema motor, el concepto del cuerpo, el de lo abstracto y los conocimientos sociales en general. Entre ellos, se encuentran columpios, pelotas, muñecas, carritos, vajillas, bicicletas, etc.

Educativos. El objetivo fundamental de estos juguetes consiste en despertar la creatividad, habilidad, imaginación, espíritu de cooperación, capacidades de raciocinio y concentración, percepción, memoria y organización de procedimiento. En este tipo de juguetes se clasifican los cubos con letras, rompecabezas, libros para colorear o seguir puntos por número progresivo con una línea, juguetes para armar, y similares.

Científicos. Son aquellos que despiertan la curiosidad de "saber el por qué" de las leyes de la materia. Aquí se incluyen, entre otros, los juguetes que contienen substancias químicas, los que proporcionan nociones sobre electricidad, y los microscopios.

Bélicos. Estos juguetes "de guerra" permiten la salida de instintos naturales en forma poco positiva. Aunque existen personas que sostienen que es necesario que el niño posea en alguna medida este rasgo para lograr su superación, la agresividad debe orientarse en forma constructiva, y no aniquilando enemigos imaginarios. Y esto, principalmente porque se pueden causar deformaciones serias en los conceptos sociales de los infantes. Entre los juguetes bélicos pueden mencionarse las pistolas, rifles, soldados, tanques, cañones y aviones de combate.

De salón. Los juguetes de este tipo tienen el doble propósito de desarro-

llar la agilidad mental y de fomentar un espíritu de competencia sana, dando salida a la agresividad dentro de un marco definido de reglas. El ajedrez, damas chinas, y dominó, son casos típicos dentro de esta categoría.

De azar. Se agrupan aquí los juguetes que se caracterizan por un alto grado de dependencia en *la suerte* y escasa participación de habilidades o grado de inteligencia del niño. Pertenecen a esta clasificación: la ruleta, lotería, algunos juegos de barajas, etc.

La edad antes que nada

Otro punto importante para elegir acertadamente un juguete, es observar al niño en su quehacer diario, detectar sus gustos, aficiones, habilidades e intereses, y escoger sus juguetes en función de estas características. Sobre todo, es conveniente respetar al máximo su edad cronológica y mental. Resulta peligroso sobrevalorar las aptitudes del niño regalando juguetes avanzados para sus años, porque sólo se logra aumentar las frustraciones y obstaculizar un sano desarrollo mental.

A continuación se sugieren, a manera de ejemplo, algunos juguetes adecuados a las diferentes edades de los niños.

Hasta los tres meses. Los niños de pocas semanas de nacidos son más listos de lo que el común de la gente estima. Pueden distinguir diferentes colores y sonidos. En esta edad, los objetos más apropiados son los de tonalidades intensas y brillantes; juguetes movibles, blandos, con sonidos agradables; artículos adecuados para meterse a la boca, ya que es la etapa en la que los niños comienzan a conocer forma y textura. Ponen los objetos en contacto con sus sentidos, por lo que "mordederas", sonajas y bolas de colores colgadas de su cuna, pueden ser objetos recomendables para los niños de esta edad.

De los tres a los seis meses. El bebé juega con su cuerpo, sobre todo con manos y pies. Comienza a darse cuenta del uso que puede hacerse de ellos. Convienen a esta edad juguetes de material flexible, que hagan ruido, que puedan moverse fácilmente, que ofrezcan diferentes texturas y características: suave, duro, caliente, frío, angulosos y rugosos. Se aconsejan objetos que puedan tirar y golpear, tales como pelotas suaves, papel que estruje, cubos pequeños de madera o plástico.

De los seis a los dieciocho meses. La actividad muscular debe ser aumentada con juegos y juguetes. Al bebé le gusta cualquier cosa que pueda manipular: bolas de colores vivos, de distintos tamaños, consistencias y de diferentes pesos, cubos grandes; juguetes que ensamble o encajen; muñecos de trapo, juguetes para lanzar; camiones o coches de plástico que pueda jalar o empujar; libros con ilustraciones. Lo importante es que cambie constantemente de actividad, pues a esta edad al niño le fascina lo nuevo, ir descubriendo el mundo.

De los dieciocho meses a los tres años de edad. El niño va encontrando cada día algo nuevo y quiere seguir haciéndolo. Desarma y vuelve a armar sus camiones, por lo que convienen juguetes en los que pueda hacer esta actividad, y no aquellos que al desmontarlos quedan inservibles.

Es una etapa en que corren, saltan, gritan, brincan y no se pueden estar quietos. Es el periodo en que rompen las cosas que ven por la curiosidad de descubrir qué tienen adentro. También se comienza a desarrollar su capacidad de imitación: remeda a la mamá al marcar teléfono y hablar; juega al repartidor, etc.

Pasados los tres o cuatro años, el instinto gregario aumenta con juegos al doctor, a la tienda, a la escuela; juegos de belleza, limpieza o mecánicos. Y colorea, raya en el pizarrón, anda en triciclo, sube al columpio. Su campo de actividades se amplía y se intensifica. Conviene proporcionar al niño en esta etapa, juguetes que inciten la imaginación: leerles cuentos para que conciban personajes y paisajes.

TRACK-TRACK-TRACK...
CHACA... CHACA... CHACA...
SUUU!!!! ZZZZZ
BOM BOM BOM BOM BOMM...
CHIC... CHIC... CHIC
TOINNNGG
PFRRRR...
PU PU PU PU
CLANK... CLANK... CLANK...
¡QUIERO... JUGAR!!!

Los juegos en grupo y a la intemperie, los de deletreo, o números, los de mesa, como el rompecabezas, les fascinan. Juegan también a saltar la cuerda y trepar. En el periodo de los cinco a diez o doce años, a los niños les agradan los juegos de salón que invitan a la reflexión y a la estrategia. Comienzan a manejar bicicletas y a jugar a la pelota, siguiendo diversiones habituales (volibol). Comienzan a coleccionar objetos y sienten gran interés por los animales domésticos y su cuidado.

La preadolescencia la acompañan con juegos de grupo; juegos denominados científicamente de química, física, etc., y deportes en general. Los intereses dentro de la casa se van perdiendo. Es una etapa en la que se debe permitir a los jóvenes integrarse a lo que les interesa; alentarlos a que busquen lo que desean, y vayan definiendo sus habilidades y perspectivas para su vida adulta.

Se puede decir que los mejores juguetes para esta época del individuo son aquellos que tienen varios usos y que propician un aumento en la capacidad de invención. El peor juguete es aquel que sirve para un solo propósito; que únicamente es para mirar en el plan de simple espectador. Se deben evitar los juguetes monótonos y aburridos y, sobre todo, se debe convivir con el niño, participar en sus juegos y compartir sus intereses. Sin embargo, ni el mejor de los juguetes puede sustituir la guía, el elogio y la comprensión de los padres.

Conviene señalar que tanto o más importante que la participación activa de los padres es la manera como ésta se realice. El juego no es una simple diversión para el niño; forma parte de su evolución mental y de su apreciación del mundo en general.

Por esta razón, cuando los padres participan en los juegos de los niños, deben hacerlo pensando en éstos y no en su propio nivel de madurez mental. Por ejemplo, si se trata de un libro para colorear, en el caso de un niño pequeño, éste tenderá siempre a rayarlo, a pasarse de las líneas, de las figuras y usar los colores de manera que no imiten al mundo real.

Al actuar así, el niño se está divirtiendo, desarrollando su inteligencia y sus procesos de coordinación. Si el padre, deseando jugar con el niño pretende que dibuje como adulto, al no estar el último en posibilidades de hacerlo, logrará que el infante se sienta infeliz, incompetente y frustrado.

Esta actitud de los padres le quita toda diversión al juego y puede provocar, de hecho, un serio rechazo del niño a la participación adulta. Las personas mayores deben comprender que, normalmente, la propia evolución del niño lo conducirá a dibujar "bien" de manera voluntaria, a observar las líneas y pintar el cielo azul, y no anaranjado.

Estas situaciones de aislamiento se acentúan en el caso de que los padres compren a los niños juguetes que no corresponden a su edad.

Algunos son peligrosos

Riesgos en los juguetes. Los riesgos o peligros de los juguetes pueden clasificarse según su causa:

- Inadecuados para la edad.
- Inadecuados por su fabricación.
- Deformadores de los valores humanos y la sicología del niño.
- Uso que se haga de él.

Juguetes inadecuados para la edad. Como se mencionó con anterioridad, el juguete que despierta el interés del niño, lo recrea y educa, pero debe conformarse con su edad mental y sus aptitudes. Y es importante recalcar que los juguetes que pueden ser inofensivos para los niños mayores, por lo general, son de suma peligrosidad en manos de los pequeños. Ejemplo: los patines de ruedas en que se lanzan niños de tres años, que aún no tienen una noción exacta del equilibrio necesario para rodar el artefacto.

Juguetes que ponen en peligro la integridad física. Son aquellos que por defecto de fabricación, de control de calidad o falta de atención de los padres, pueden ocasionar accidentes corporales en los niños, como pueden ser: juguetes con rebaba metálica o plástica; juguetes eléctricos, objetos de propulsión (pistolas, dardos, arcos y flechas).

Juguetes que deforman los valores humanos y la sicología del niño. Son aquellos que deforman la manera de ver las cosas. Los que dan la idea de que vale más la violencia que el razonar; los que dan más importancia a la acumulación de riquezas, pasando por quien sea con tal de lograrla. Entre éstos se encuentran los juegos de azar, los juguetes bélicos, etc.

Juguetes peligrosos por el uso que se les dé. Es importante tomar en consideración lo siguiente: un juguete en sí puede considerarse inofensivo por las condiciones de seguridad con que ha sido dotado; por ejemplo, el lanzadardos con ventosas de goma puede ser un objeto sano, a menos que a los dardos se les quite la punta de goma.

Entre los principales tipos de juguetes peligrosos y los riesgos que involucran se encuentran también:

- *Los objetos pequeños.* Los juguetes de reducidas dimensiones como canicas, balines, botones, etc., representan un verdadero riesgo para niños pequeños, quienes en su afán de experimentar llegan a ingerirlos o a introducirlos en su nariz y oídos. Es frecuente en estos casos la necesidad de atención médica por asfixia.

• *Los objetos contaminados.* Dada la tendencia normal del niño a llevarse a la boca los objetos que toma, es necesario vigilar que éstos se encuentren limpios.

• *Los objetos que son confundidos con juguetes.* Innumerables accidentes han ocurrido porque se dejan al alcance del niño objetos que éste confunde con juguetes. Son frecuentes los casos reportados de niños que ingieren substancias tóxicas contenidas en limpiadores, pinturas, barnices, y medicinas —especialmente estas últimas—, que muy a menudo tienen la apariencia de dulces y son tomadas como tales.

• *Los juguetes eléctricos.* Este tipo de aparatos con frecuencia presentan serios inconvenientes para los usuarios: las clavijas no ajustan a la toma de corriente; los cables, debido al uso o a defectos de construcción, quedan al descubierto con inminente peligro para los menores a sufrir un choque eléctrico. También existe el riesgo de sufrir quemaduras cuando el juguete cuenta con dispositivos térmicos, como es el caso de planchas y hornos que sencillamente no reúnen las medidas de seguridad adecuadas.

• *Los juguetes para transporte.* Se denominan así aquellos que tienen un mecanismo de desplazamiento y en los que el niño monta. Quedan dentro de este grupo: las bicicletas, los triciclos, los patines, las patinetas, los patines del diablo, y similares.

Estos juguetes son la causa de frecuentes accidentes que pueden ir desde caídas leves con raspones hasta las fracturas o atropellamientos de consecuencias graves.

• *Los juguetes plegadizos y con movimiento.* Dentro de este grupo se encuentran las sillas plegables, carreolas, mecedoras; en fin, todos aquellos juguetes con sistemas motrices en los que existe el riesgo de que el niño sufra machucones y heridas.

• *Los juguetes con substancias químicas.* Dentro de éstos, caen los juegos de química, diversos tipos de juguetes para experimentación, fábricas de alimentos y dulces, juegos de belleza, y los que emplean pinturas y pegamentos, como es el caso del modelismo.

• *Los juguetes bélicos.* Son el origen de algunas deformaciones en la mentalidad infantil y representan la inadecuada canalización de los instintos de agresión, además de ser los causantes, en algunos casos, de accidentes serios.

• *Los juguetes con materiales peligrosos.* Entre éstos se cuentan los construidos de plástico astillable, madera, vidrio, los que son inflamables, cortantes o puntiagudos.

• *Los objetos detonantes.* En este grupo se clasifican los cohetes, fulminantes, palomas, brujas, luces de bengala, y otros fuegos artificiales. Se trata de seudojuguetes extremadamente peligrosos. Pueden ser la causa de innumerables accidentes y provocar quemaduras graves, ceguera, sordera, amputaciones o muerte. Preferentemente deben ser suprimidos del todo pero, en ningún caso, debe dejarse que menores de 15 años hagan uso de ellos.

• *Los juguetes de aculturación y deformación.* Se trata de aquellos que desvirtúan los valores humanos y exaltan el deseo de acumulación de bienes, la agresividad y demás sentimientos negativos.

• *Los juegos de patio.* Generalmente se encuentran en parques públicos y, en ocasiones, en los patios de las casas. Se consideran entre éstos los columpios, resbaladillas, subibajas, pasamanos y volantines como los más tradicionales. Pueden ser utilizados desde los cuatro y cinco años de edad, pero no antes.

• *Las cajas o canastos para juguetes.* Cualquier "guardajuguetes" puede prevenir accidentes. Sin embargo, para que funcionen adecuadamente, es necesario crear en los niños el hábito de ser ordenados y guardar los juguetes en un lugar apropiado cuando no haga uso de ellos. Por otra parte, deben evitarse las cajas con bisagras que permitan que la tapa caiga sobre la cabeza, las astillables o con orillas filosas. Además se debe procurar que las cajas cuenten con agujeros que sirvan de ventilación para prevenir, si el niño se mete en ellas, la asfixia.

• *Los juegos deportivos.* No se pretende aquí abarcar los deportes como tales, sino únicamente los juegos que practican los niños desde pequeños sin una vigilancia especializada. Para prevenir desgracias ocurridas durante las prácticas, se recomienda no dejar jugar a los niños en lugares transitados, procurando que se desplacen en superficies y lugares adecuados. La calle es peligrosa tanto por el riesgo de atropellamiento como por las inevitables caídas en el cemento.

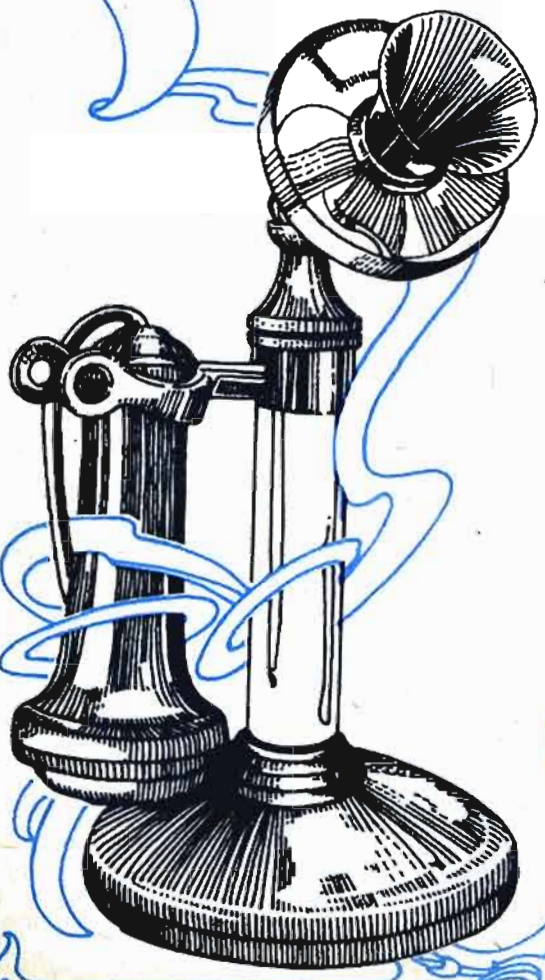
Es indispensable también tener presente que algunos deportes exigen de un equipo de seguridad adecuado.

• *Las ferias y juegos mecánicos.* Los artefactos comunes en estos lugares, aunque inofensivos en apariencia, con frecuencia son peligrosos. Para empezar, muchas ferias son ambulantes y están mal instaladas. Además, utilizan cables de alta tensión que, en muchos casos, no cuentan con la protección adecuada. Cuando el piso está húmedo, existe un serio riesgo de electrocutación.

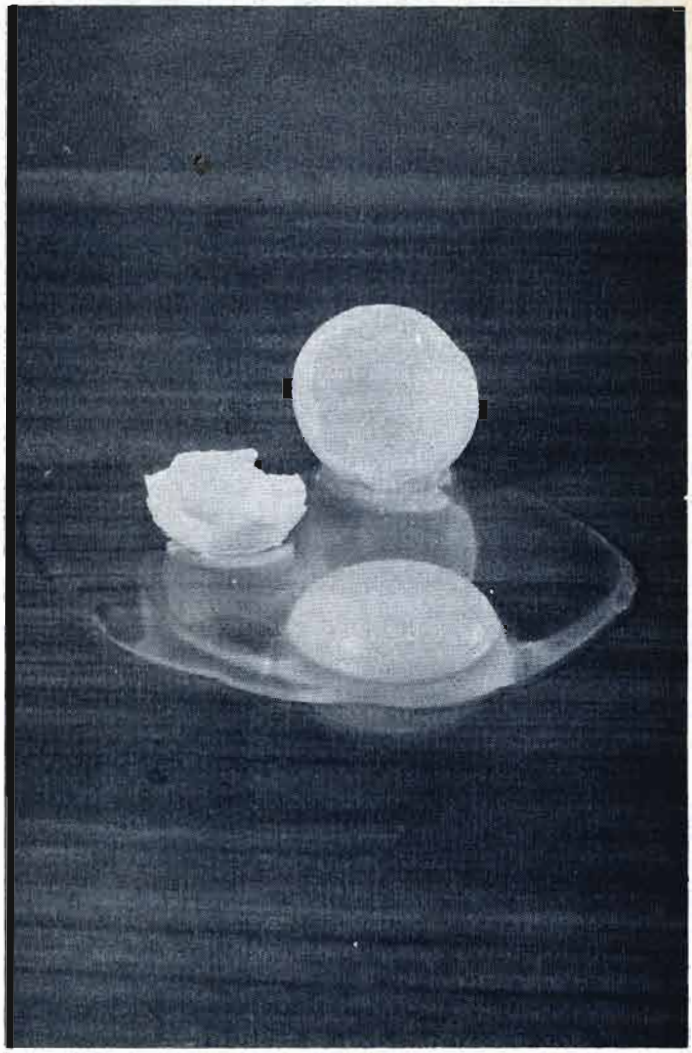
Cómo comprar un juguete

- Estudie sus alternativas de compra; ¿es ése el juguete apropiado para la edad del niño?
- No seleccione por el precio. En ocasiones, una simple pelota cumple mejor su objetivo que un aparato complicado. Piense en su presupuesto.
- Tenga presente que la publicidad sobre estos productos muchas veces ofrece presentaciones espectaculares alejadas de la realidad.
- Observe al niño cuando juega. Detecte sus gustos, habilidades e intereses. Considere la edad y desarrollo físico y mental del infante.
- Recuerde que el objetivo fundamental del juguete es entretener.
- Un juguete hecho para educar debe ser placentero para el niño.
- Revise cuidadosamente el juguete que ha seleccionado. Analice precio, calidad y durabilidad. ¿Es el mejor lugar para comprarlo?
- Exija, en caso que le ofrezcan garantía, la póliza fechada correspondiente. No deje sin aclarar debidamente sus dudas sobre el alcance, duración y condiciones del documento.
- Advierta la posibilidad de peligro para la integridad física del menor. Tome en cuenta que los juguetes bélicos, los juegos de azar y los muñecos de héroes imaginarios pueden deformar la sicología del niño y promoverlo definitivamente hacia una conducta antisocial.

Preguntas y Respuestas



¿Hay maneras de conocer si un huevo se encuentra o no en buen estado?



Los entendidos en la conservación del producto por lo general efectúan dos tipos de pruebas:

- *Lo agitan: no debe sentirse movimiento alguno en el interior.*
- *Lo ponen en un recipiente con agua: debe irse al fondo.*

En caso de que ya se haya roto el cascarón, debe siempre observarse que la clara del huevo se mantenga espesa, gelatinosa y permanezca adherida a la yema. Por su lado, la yema no debe romperse con facilidad.

El hábito de fumar en una madre embarazada, ¿puede afectar el peso de una criatura al nacer?

Diversos estudios han comprobado que las mujeres fumadoras tienden a dar a luz niños de menos peso que las madres que no tienen el hábito. Asimismo, algunos investigadores han observado que existe un mayor riesgo de aborto, aunque todavía no han logrado determinar con exactitud lo que lo causa, ni la forma en que el hábito de fumar puede afectar a la criatura antes de nacer.

Sin embargo, lo que ya se sabe es que uno de cada cinco embarazos malogrados hubiera podido llegar a ser normal si las fumadoras hubieran corrido el mismo nivel de riesgos que las que no lo hacen.

¿El uso de aerosoles *(sprays)* representan algún riesgo para la salud?

Uno de los principales riesgos para la salud derivados del uso excesivo de aerosoles —desodorantes, lacas, insecticidas, pinturas, quitamanchas y similares— lo constituyen las afecciones pulmonares producidas por la inhalación de las pulverizaciones. En general, el daño radica en la acumulación de partículas plásticas en el cuerpo.

Los aerosoles también son altamente combustibles por lo que se recomienda no fumar cuando se les utilice, ni dejarlos cerca de equipos que producen calor.

Asimismo, deben seguirse las precauciones habituales para estos productos tales como no rociar con aerosoles los alimentos o bebidas, no dejarlos al alcance de los niños o utilizarlos sólo en sitios ventilados sin exponerlos jamás a la cara de alguien directamente.

Según nuestras fuentes, las personas que sufren del corazón, bronquitis crónica, enfisemas o asmas, deben abstenerse en lo posible de emplear aerosoles, ya que son las más susceptibles de ser afectadas por los aspectos negativos del producto.

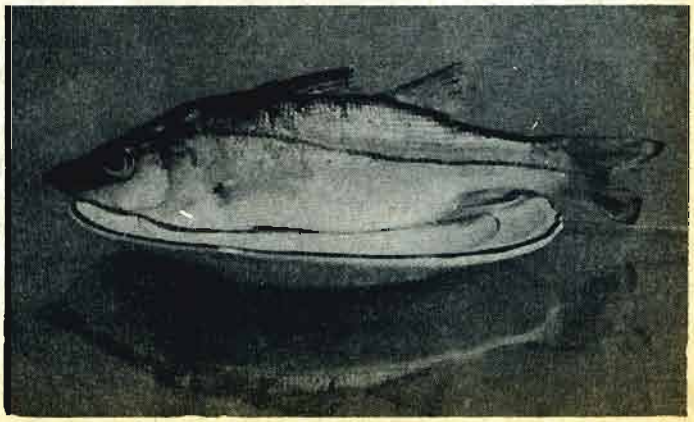
¿Hacen daño a la piel las cremas blanqueadoras?

Los productos de este tipo que contienen sales mercuriales, aun en pequeñas concentraciones, provocan cambios morfológicos, o sea en la forma de la piel, que dan lugar a dermatitis (inflamaciones) por contacto, difíciles de eliminar, y a dermatitis actínicas o, lo que es lo mismo, excesiva sensibilidad a la luz solar.

¿Es un buen alimento el pescado?

En realidad, es uno de los más importantes recursos nutritivos con que cuenta el hombre para lograr una adecuada sustentación. De hecho, por su contenido de proteínas, grasas, vitaminas y sales minerales, se considera al pescado como un alimento básico y primordial para el desarrollo del organismo humano.

Por lo general, existe la falsa idea de que el pescado alimenta poco en comparación con otros comestibles tales como, por ejemplo, la carne, cuando en realidad ambos productos tienen un valor nutritivo similar. Quizá, parte del prejuicio en contra de los recursos que proporciona el mar se debe a que la gente tiende a identificar los comestibles que se digieren más lentamente con una mejor alimentación cuando, a decir verdad, nada resulta ser más falso.



Los Antigripales y el Resfriado Común

Es creencia generalizada que la "época de frío" de alguna manera está relacionada con la llegada de la gripe, bronquitis u otras afecciones de las vías respiratorias. Se observa que la frecuencia de tales padecimientos aumenta en esta temporada, principalmente entre la población escolar. Por un lado, la neumonía —infección pulmonar aguda— provoca en los meses de invierno numerosas defunciones, especialmente entre personas de avanzada edad.

Siendo éste el caso, es importante conocer algunos hechos relevantes ligados a estas enfermedades, particularmente la gripe, un padecimiento que sin ser necesariamente mortal, por lo menos sí produce malestares desagradables y, en varias ocasiones, presenta complicaciones que a menudo pueden evitarse —o al menos disminuirse—, atendiendo sencillas reglas de higiene.

Pero, ¿qué es en realidad la gripe?

El resfriado común, catarro, influenza, coriza o gripe, que de todos estos modos se le denomina, es indudablemente el más frecuente entre los padecimientos agudos de las vías respiratorias altas, que se caracteriza por una reacción inflamatoria de las membranas mucosas que las recubren interiormente, y se manifiesta por un exceso en la formación de moco, obstrucción nasal, ardor faríngeo, "ronquera" y dolor de cabeza. El malestar general que produce se debe principalmente, a la diseminación del agente causal de la enfermedad en el organismo, traduciéndose en calosfríos, fiebre, dolores musculares y articulares, sensación de fatiga y otras dolencias similares.

El padecimiento es causado por una vasta familia de virus, de los cuales se han identificado más de 100 cepas diferentes. Esto determina que hasta hoy en día, no se haya podido

de hecho desarrollar una vacuna eficaz contra el mal, como es el caso de otras enfermedades producidas por virus, tales como la poliomielitis, el sarampión y viruela. Según los investigadores, tendrían que prepararse más de un centenar de vacunas distintas para atacar la gripe y, aun así, sería muy difícil establecer cuál debería ser empleada en cada uno de los casos. Complica el panorama el hecho de que las personas pueden ser infectadas por más de un virus a la vez, lo que dificulta en mayor grado la posibilidad de seleccionar la vacuna adecuada, de haberla, por supuesto.

Por su lado, una circunstancia definitiva para que se adquiera o no la gripe, es la mayor o menor resistencia de un individuo a un cierto virus. Además, son importantes la cantidad de virus que se inhalan y la persistencia del contacto más o menos íntimo con otra persona enferma o portadora "sana" del agente gripal.

A esta última situación atribuyen en medios científicos que la incidencia de la gripe aumente estacionalmente durante los meses fríos; es decir, como resultado de permanecer más tiempo en interiores, favoreciendo de esta manera la transmisión del virus de persona a persona.

En efecto, es más fácil "agarrar" un buen catarro al convivir con un grupo de "griposos", que conseguirlo caminando descalzo y con poca ropa bajo la lluvia. Estudios médicos bien controlados, han demostrado que los cambios bruscos de temperatura no necesariamente predisponen a la infección.

Respecto al contagio, actualmente se sabe que un medio ordinario de transmisión es el saludo de mano o el contacto con elementos contaminados por los virus. En los sitios concurridos, entonces, es donde con frecuencia se "pesca" la enfermedad.

Los antigripales

Se ha detectado el hecho de que algunas personas ofrecen resistencia variable al virus en diferentes épocas del año, sufriendo cinco o seis resfriados, mientras que en otros ciclos padecen pocos o ninguno. Esta variación tan notable, en un mismo individuo, así como entre diferentes personas, ha hecho difícil evaluar la posible eficacia de los productos farmacéuticos denominados genéricamente como "antigripales".

Sin embargo, en el mercado nacional existe una gran cantidad de medicamentos supuestamente efectivos para prevenir las molestias de la gripe, mismos que con un gran esfuerzo publicitario pretenden *aliviar*.

Este esfuerzo propagandístico, sin embargo, es capcioso, puesto que aliviar significa *mitigar* las molestias de la enfermedad, pero *no* curar o sanar.

Los "antigripales" están compuestos por diversas combinaciones medicinales principalmente de uso popular, que incluyen en sus fórmulas uno o más componentes para disminuir el dolor y alguna substancia para bajar la fiebre, asociados, a su vez, con algún producto antialérgico, vitaminas y estimulantes.

No se ha demostrado —y dígase esto de una vez— que tales combinaciones tengan efecto alguno contra virus de la gripe. Sus efectos son únicamente contra los síntomas de la misma. Tampoco se ha probado que posean mayor acción que el empleo de un solo fármaco, por ejemplo, la aspirina simple o el acetaminofén.

Desde luego, es deseable reducir en lo posible las molestias del catarro, pero el uso inadecuado de los antigripales presenta riesgos por sobredosificación. Asimismo, existen contraindicaciones formales para su empleo en el caso de mujeres embarazadas y niños menores de seis años, además de personas afectadas por hipertensión arterial, padecimientos hepáticos o renales.

Hasta la fecha, no hay cura efectiva contra la gripe. Siguiendo algunas precauciones elementales, sin embargo, puede restringirse perfectamente la frecuencia de la enfermedad. Entre las principales recomendaciones que suelen darse, están:

- la de alimentarse adecuadamente,
- la de eludir sitios concurridos en épocas de epidemia,
- la de evitar el saludo de mano; y
- la de lavarse las manos varias veces al día.

A los primeros síntomas de resfriado, además de lo anterior:

- Repose.
- No practique la automedicación.
- Utilice preferentemente la aspirina simple, ingerida con abundante agua.
- Tome suficientes líquidos.
- No use el mismo pañuelo cada vez que se suene. Y no haga esto último con fuerza.
- Descanse mentalmente: la gripe, como otras enfermedades, está relacionada con factores sicológicos como estados depresivos o tensiones emocionales.

LA ASPIRINA

Para qué sirve:

- Disminuye la calentura.
- Calma los dolores comunes del resfriado y catarro.
- Mitiga dolores de cabeza, musculares y articulares.
- Atenúa el dolor y desinflama.

Para qué no sirve:

- Sólo reduce el malestar. "Alivia", *no cura*.
- No es efectiva para dolores de cabeza excesivamente fuertes.
- No previene enfermedades.

No Muchas Cosas, Sino Mucho

Ahorrar centavos y estirar pesos es el pensamiento que actualmente ocupa la mente de toda ama de casa. Y sucede que las cosas más familiares resultan a veces poco conocidas, porque, en la práctica, no todos se detienen más de un minuto a analizarlas con alguna atención. Automáticamente el llanto de un bebé hace aparecer una botella; el rasguño en la rodilla de un niño, la pelota y, el desconsuelo en la primera adolescencia, el helado de chocolate y nueces. Pero, ¿quién puede resistirse ante un delicioso antojito acompañado de abundantes refrescos? Todas estas normas comunes de alimentación —nefastas para decirlo en pocas palabras— aparte de no nutrir, corrompen el apetito y cuestan dinero de más.

Una ama de casa dijo recientemente: "para ahorrar hay que conocer nuestras necesidades".

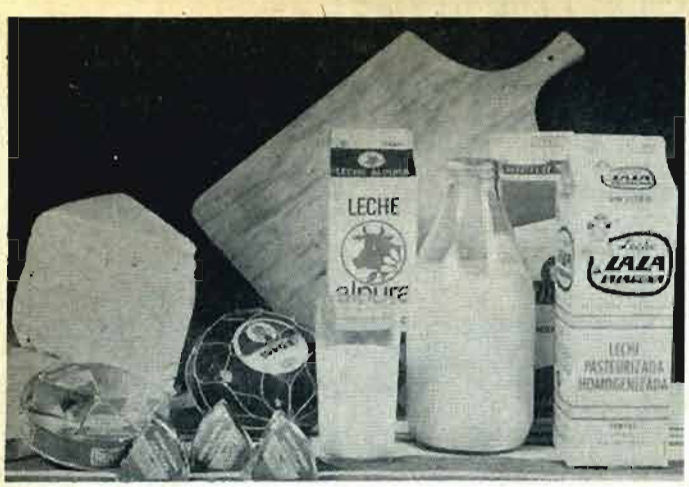
Y está en lo cierto. Conservar la salud es, entonces, una de las necesidades básicas del hombre. Esto no quiere decir que haya que alimentar a la familia como a los jugadores de fútbol. La salud se mantiene comiendo inteligentemente y prescindiendo de lo superfluo. Se evitan así los peligros de la desnutrición y obesidad que, por lo demás, nunca dejan de acarrear enfermedades graves.

Una dieta adecuada, de acuerdo con la jefa de Dietología del Centro Médico Nacional del IMSS, Lourdes Pietrasanta Alvarez, está siempre compuesta por:

- elementos nutritivos:

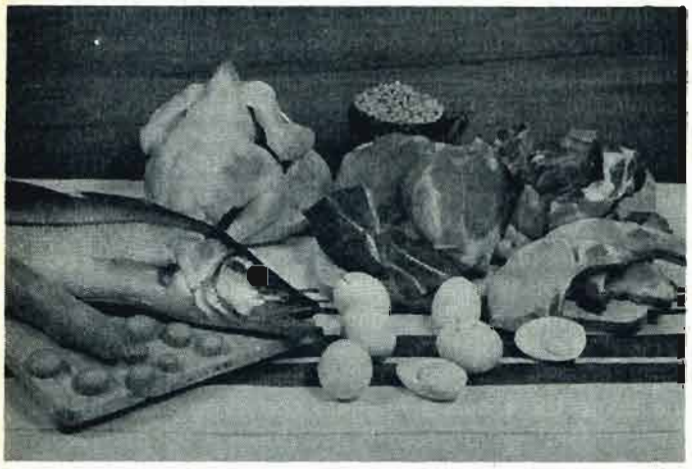
(glúcidos, prótidos, lípidos, vitaminas y minerales), que le sirven al organismo para conservar y reparar sus tejidos; para proporcionar energía, y para regular los fenómenos corporales.

- en cuatro grupos básicos de alimentos:



Leches y quesos.

Verduras y frutas de todas clases; sin faltar diariamente una legumbre amarilla (zanahoria, calabaza) y una fruta cítrica (naranja, limón).



Carne de aves, res, pescado, pollo, cerdo, ternera, huevo y, como un substituto no completo, leguminosas del tipo de la soya.

Cereales como trigo, arroz, avena, cebada, que pueden consumirse en forma de pan, tortilla y sopas de pasta.

Costos de los alimentos sugeridos por el Departamento de Dietología del Centro Médico Nacional, al 30 de Septiembre de 1976

Artículo	Costo Unidad	Costo de la Porción		
Leche	$ 4.80 litro	1vaso	=	$ 1.20
Carne	$ 48.00 kilo	90 gramos	=	$ 4.50
Huevo	$ 15.40 kilo	1 pieza	=	$ 1.10
Plátano	$ 3.20 kilo	1 pieza	=	$ 0.40
Manzana	$ 8.00 kilo	1 pieza	=	$ 1.25
Naranja	$ 4.00 kilo	1 pieza	=	$ 0.40
Papaya	$ 5.00 kilo	1 porción	=	$ 2.00
Melón	$ 8.00 kilo	1/4 pieza	=	$ 2.50
Calabazas	$ 5.00 kilo	1 porción		$ 0.80
Papa	$ 4.00 kilo	1 porción	=	$ 1.50
Chícharo	$ 8.00 kilo	1 porción	=	$ 1.00
Elote	$ 1.20 kilo	1/2 pieza	=	$ 0.75
Acelgas	$ 8.00 kilo	1 porción	=	$ 1.00
Bolillo	$ 0.45 pieza	1 pieza	=	$ 0.45
Tortilla	$ 3.10 kilo	1 pieza	=	$ 0.10
Arroz	$ 10.20 kilo	1 plato	=	$ 0.50
Sopa pasta	$ 6.80 kilo	1 plato	=	$ 2.00

- pero cada individuo tiene su propia necesidad de nutrientes dependiendo de:

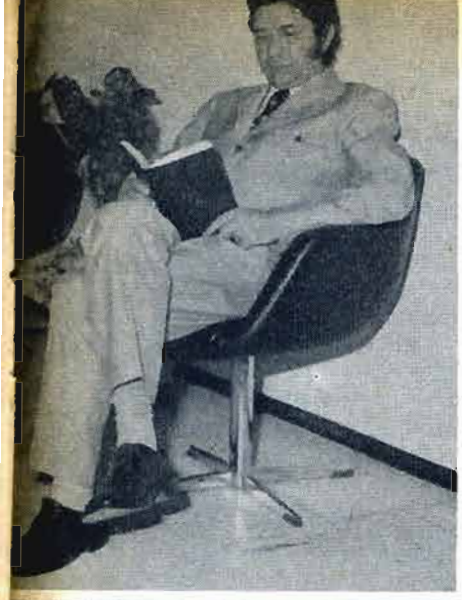
su edad, sexo, talla y estado fisiológico, (embarazo, lactancia, amamantamiento, adolescencia),

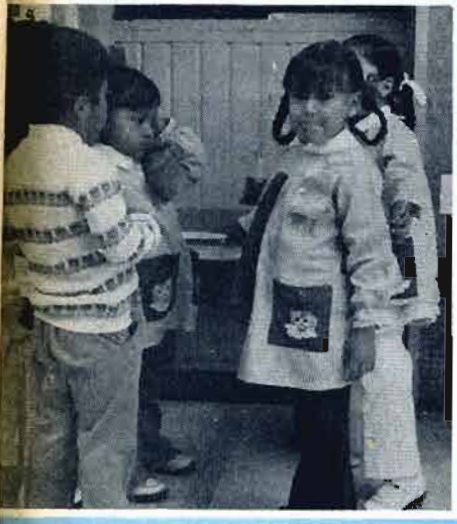
- aunque cada individuo los requiere en distintas cantidades,

- lo que es cierto también para las grasas (aceite, manteca, mantequilla, tocino, crema) y azúcares (azúcar, miel, jarabes) que van a servir para completar las necesidades individuales de calorías.

PRESUPUESTO DIARIO DE UNA FAMILIA COMPUESTA POR DOS PADRES Y TRES NIÑOS

PAPÁS	$ 32.50
NIÑOS (2-9)	$ 16.25
NIÑOS (9-12)	$ 17.45
ADOLESCENTE	$ 23.00
	$ 89.20 X 30 días
	= $ 2676.00





ALIMENTOS REQUERIDOS CADA 24 HORAS

MIEMBRO FAMILIAR	LECHE	CARNES	VERDURAS Y FRUTAS	PANES Y CEREALES
PAPA $16.30	2 VASOS $2.40	1 PLATO DE + DE 90 grs. y UN HUEVO $8.00	2 FRUTAS Y 2 PLATOS DE VERDURA $1.65 + 1.80	2 BOLILLOS $ .90 3 TORTILLAS $.50 UN PLATO DE ARROZ $ .30 O SOPA DE PASTA $ 2.00
MAMA $16.20	2 VASOS $2.40	1 PLATO DE 90 grs. 1 HUEVO $8.00	2 FRUTAS Y 2 PLATOS DE VERDURA $3.45	2 BOLILLOS $ .90 2 TORTILLAS $ .20 UN PLATO DE ARROZ $ .50 O SOPA DE PASTA $ 2.00
MAMA DURANTE EL 2o. y 3er. TRIMESTRE DE EMBARAZO $20.00	3 VASOS $3.60	DOS HUEVOS Y UN PLATO DE MAS DE 90 grs. DE CARNE $10.50	2 FRUTAS Y 2 PLATOS DE VERDURA $3.45	DOS BOLILLOS 3 TORTILLAS Y UN PLATO DE ARROZ O SOPA DE PASTA $2.45
MAMA AMAMANTANDO $28.10	4 VASOS $4.80	DOS HUEVOS Y DOS PLATOS DE CARNE $16.00	TRES FRUTAS Y 3 PLATOS DE VERDURAS $4.85	2 BOLILLOS 3 TORTILLAS Y UN PLATO DE ARROZ O SOPA DE PASTA $2.45
NIÑOS DE 2 a 9 AÑOS $16.25	3 VASOS $3.60	UN HUEVO 1 PLATO DE CARNE DE 90 grs. $8.00	DOS FRUTAS Y 1 PLATO DE VERDURA VARIADA $3.45	2 RBDS. DE PAN 1 TORTILLA Y 1 PLATO DE CEREAL O ARROZ $1.20
NIÑOS DE 9-12 AÑOS $12.45	3 VASOS $3.60	UN HUEVO UN PLATO DE CARNE DE 90 grs. $8.00	2 FRUTAS Y 1 1/2 PLATO DE VERDURAS VARIADAS $4.15	2 BOLILLOS 1 TORTILLA 1 PLATO DE CEREAL O ARROZ $1.70
ADOLESCENTES $23.00	4 VASOS $4.80	2 HUEVOS 1 PLATO DE CARNE DE + DE 90 grs. $10.50	3 FRUTAS Y 2 PLATOS DE VERDURA $4.05	2 BOLILLOS $ .90 3 TORTILLAS $ .30 1 PLATO DE ARROZ O SOPA DE PASTA $2.45
ABUELOS $13.55	2 VASOS $2.40	1 PLATO DE CARNE 1 HUEVO (2 o 3 veces a la semana) $6.00	2 FRUTAS Y 1 PLATO DE VERDURAS $3.45	2 BOLILLOS 1 TORTILLA 1 PLATO DE PASTA o ARROZ o PAPA $1.70

José Gálvez

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿A qué público está dirigido, y qué mensaje encierra su programa de T.V. "Hogar Dulce Hogar"?

JOSE GALVEZ: En un principio se pensó que era un programa dedicado a las parejas, puesto que está creado para que dos matrimonios se desenvuelvan en él. Dos matrimonios dispares. La mujer dominadora y el hombre débil; el hombre supuestamente opresor, con la señora endeble. Curiosamente nos hemos encontrado con que se ha vuelto un programa favorito de los niños. Qué curioso. Yo creo que para los menores viene siendo una especie de "box familiar" donde encuentran algún reflejo de lo que ven en casa. "Hogar Dulce Hogar" está fundamentalmente basado en la gracia del carácter de todos los personajes disímiles que acabo de mencionar. El escritor del libreto trata de dar, no precisamente un mensaje, pero sí una pequeña moraleja a cada una de las aventuras.

"En México, 20 millones no irán al teatro"

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Con qué personaje se siente más satisfecho usted, con el de marido fuerte en la televisión o con el de un siquiatra en "Equus", la obra de teatro en la que participa actualmente?

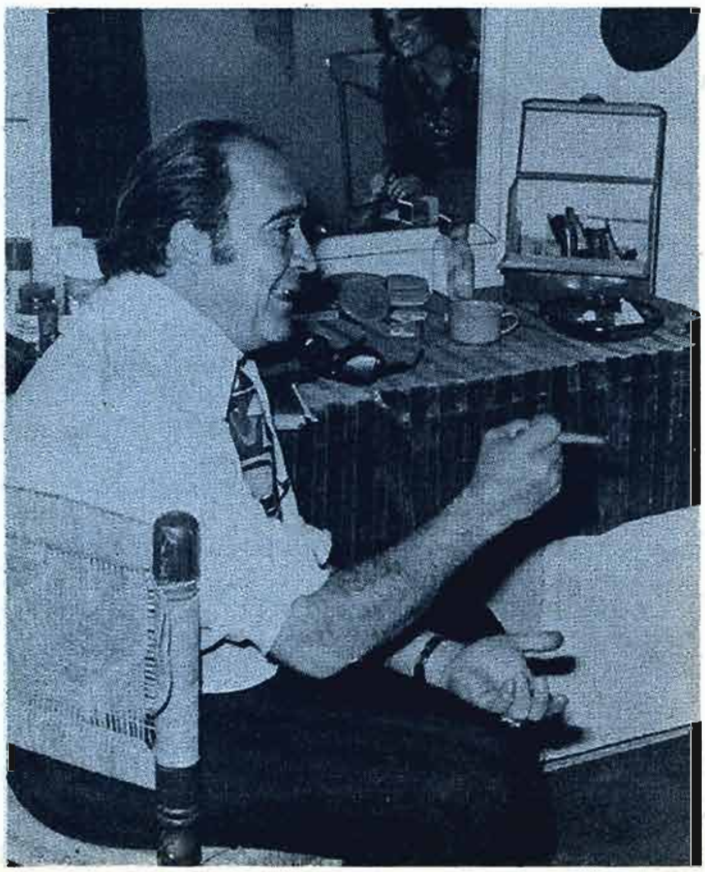
JOSE GALVEZ: Obviamente con el personaje de la televisión, porque es visto por unos 20 millones de espectadores que nunca desfilarán por el teatro. Con "Hogar Dulce Hogar" llevamos más de dos años en el aire y el *rating* es formidable. Pienso que es uno de los más altos de la televisión nacional. Esa cantidad de personas, repito, jamás pisarían un teatro, así duráramos 10 años de temporada.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Es caro el teatro en México?

JOSE GALVEZ: Decididamente no. He podido confrontar los precios tanto en España como en Buenos Aires, y siguen siendo más accesibles aquí. No hablemos de la carestía de Londres o de Broadway. El teatro en México es barato, lo que pasa es que no hay buen público espectador.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Por qué?

JOSE GALVEZ: Porque se rompió la tradición por asistir a este tipo de espectáculo hace muchos años. Además, creo que en México no existe un verdadero movimiento de teatro nacional; hay autores que hacen cosas buenas, pero se trata de trabajos aislados. El teatro mexicano tuvo un periodo de auge en el sexenio del licenciado Adolfo López Mateos, cuando Benito Coquet era el director del Seguro Social. ¡Fue una época formidable! Cubrimos y trabajamos prácticamente toda la literatura mundial. Desgraciadamente, el Seguro Social ahora presta sus teatros para obras de expresiones menores y lo hace siguiendo un calendario de permanencia de sólo tres meses. Y, relacionado con esto, está el hecho de que no existe actualmente un verdadero patrocinio gubernamental, que creo de gran necesidad.



"A fuerza de oír y oír se compra lo innecesario"

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Es usted partidario de una televisión no comercial?

JOSE GALVEZ: Absolutamente. La proyección de las películas que pasan los domingos duran hasta cuatro horas y media por la enorme cantidad de publicidad expuesta. Es agobiante.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: Opina usted que es inteligente la práctica de los productores de cortar tantas veces un programa para intercalar anuncios?

JOSE GALVEZ: Pienso que no, aunque desconozco los manejos comerciales. En mi caso personal puedo decir que me sería mucho más agradable que un producto o marca presentara una buena película y nos la dejara disfrutar. A mí no se me olvidaría que ese patrocinador está auspiciando un buen programa, y el impacto, creo, sería igual. Lo que pasa es que verdaderamente uno reniega con cada corte comercial en una televisión saturada de ellos.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Cree usted que el consumismo es estimulado por la publicidad?

JOSE GALVEZ: Claro, a fuerza de oír y oír un anuncio pocas son las personas que pueden abstraerse de su contenido y no caer en la compra de productos altamente innecesarios. Fíjese en el problema de los chicos. Antes de la llegada de diciembre, aparecen en la tele-

visión los últimos modelos de ametralladoras, patinetas o lo que se quiera. Y los niños ya no desean otra cosa que no sea precisamente eso. Además, los mismos comerciales son tramposos: manejan las posibles habilidades de un juguete en forma sorprendente. Por ejemplo, y gracias al truco cinematográfico, una pequeña motocicleta funciona de una manera que no deja abierta otra posibilidad más que la de pensar: "aunque sea cara, vamos a comprarla". Después, el pobre chico es el único que sufre la consecuencia obvia: el aparato ni jala tan bonito como decía el comercial ni es tan fuerte como para resistir el trato sugerido. Me parece una trampa enorme la que llevan a cabo los fabricantes al grabar en mentes infantiles la necesidad imperiosa de adquirir productos por lo general tan deficientes. Y, lo que es peor, uno en estos casos prácticamente no puede librarse de las prácticas corruptas de la comercialización.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Sabe usted cómo planear sus compras?

JOSE GALVEZ: No, soy un loco desatado como la mayoría de los latinoamericanos que vivimos en las grandes ciudades. Mi mujer es un poco más organizada en esto. Ella sí se fija mucho en la calidad de un producto, en el precio, e inclusive en el mejor lugar para comprar a costos razonables.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: ¿Es la televisión un buen medio para enseñar al público a comprar bien?

JOSE GALVEZ: Sí, porque existe la gran ventaja de que la gente ve más de lo que lee. Por supuesto, se necesita amenizar el mensaje con el lenguaje adecuado. Normalmente es tremenda la solemnidad de las cosas fiscales y cívicas.

"La gente se va mucho por el engaño"

REVISTA DEL CONSUMIDOR: Y ya que se ha hablado tanto en esta entrevista de mensajes, ¿cuál es el que usted daría a las autoridades para que instruyeran de mejor manera a la población con respecto al consumo?

JOSE GALVEZ: Que suplieran la falta de orientación que existe en todos los niveles sociales de México. La gente no conoce de calidades y se va mucho por el engaño; la envoltura, la oferta, la barata, los colores o la recomendación del dependiente. Si se toman las telas como ejemplo, pocos son los consumidores que saben algo de tejidos: cuál es su duración, qué diferencia hay entre una tela sintética y una natural. Compran por lo llamativo que pueda ser un producto, la moda impuesta o la eterna publicidad.

REVISTA DEL CONSUMIDOR: Finalmente, y volviendo al teatro nacional, ¿cuál cree usted que sea su futuro?

JOSE GALVEZ: Creo que todavía tiene un camino interesante por recorrer. Yo vivo en México desde hace 23 años. Entonces no habían más que unas salitas pequeñas en donde se montaban esporádicamente obras más o menos formales. La cartelera de hoy día es mucho más nutrida. Lo dicho, no significa que los problemas del teatro en México se han solucionado, ni que se va a alcanzar la meta deseada el año entrante. Pero pienso que cada temporada incorpora un poco más el espectáculo al gusto del público. Y no hay, en realidad, ninguna razón para que esto no ocurra. Hay buenos artistas y directores en el país, y magníficos escenógrafos. Por su lado, se ha despertado ya la afición entre los jóvenes universitarios, que hacen cosas espléndidas. En general, no carecemos del material humano.

JOSE GALVEZ

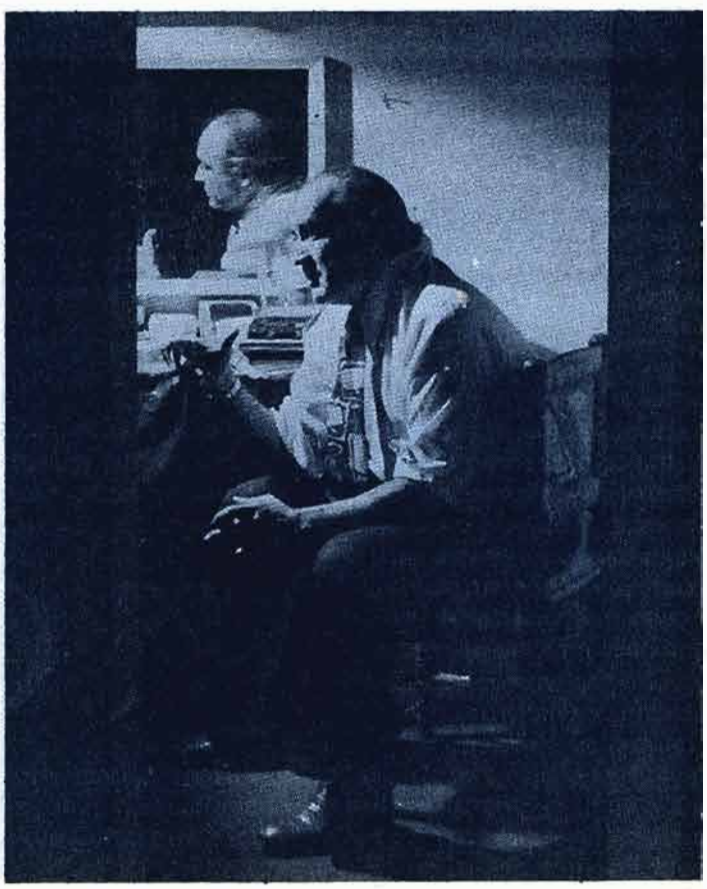
Colombiano, naturalizado mexicano, comenzó su carrera de actor en el Distrito Federal hace 23 años debutando en el Teatro Arena con la obra "Patrulla 21 - Antesala del Infierno", acompañado por Francisco Petrone y Lucy Gallardo. De allí pasó a Bellas Artes en donde interpretó diferentes papeles con Isabela Corona e incursionó en teatros pequeños ahora desaparecidos.

Durante la temporada en que actuó en los teatros del Seguro Social en el sexenio del licenciado López Mateos, figuró en el reparto de casi todas las obras importantes que se montaron, incluyendo "Un Tigre a las Puertas", "La Tempestad", "Macbeth", "Marco Polo", "Gedeón", y "Enrique VIII".

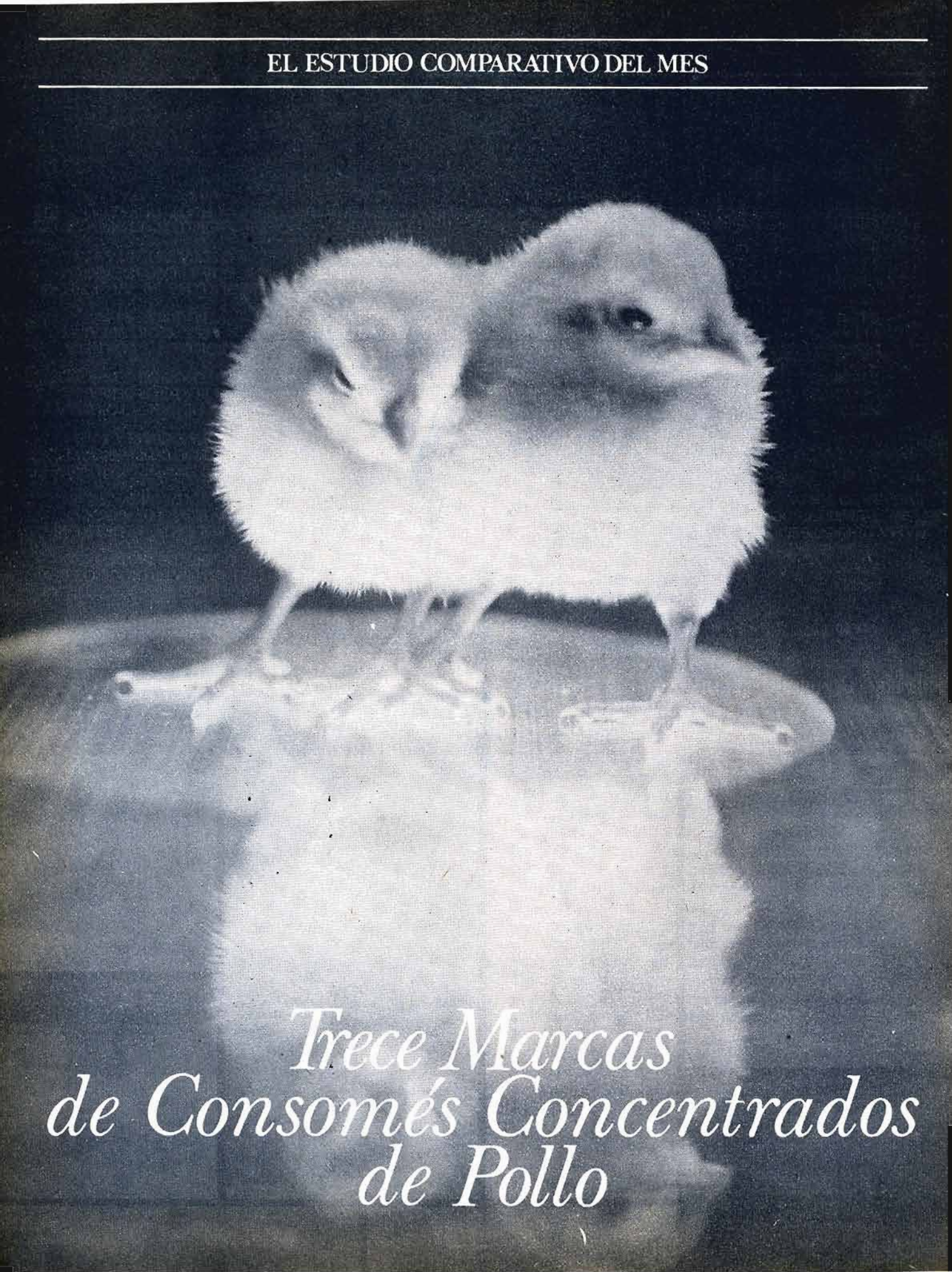
En el cine ha participado en unas 55 películas, todas las cuales, en su opinión "son de poco interés". Asimismo, ha trabajado mucho en teleteatro sobresaliendo en las obras dirigidas por Julio Castillo y Antulio Jiménez Pons.

En la actualidad se encuentra representando el papel de siquiatra en la obra del inglés Peter Shaffer "Equus" y de "marido fuerte" en "Hogar Dulce Hogar", que pasa todos los jueves de 20:00 a 20:30 horas por el canal 2.

De "actor incipiente" en Colombia, José Gálvez ha logrado colocarse entre los comediantes más prestigiados de México. Ha recibido, también, dos veces consecutivas la más alta distinción concedida a los artistas nacionales al ser nombrado como "El mejor actor del año."



EL ESTUDIO COMPARATIVO DEL MES



Trece Marcas de Consomés Concentrados de Pollo

"Excepto lo que hay que exceptuar; en este caso, el pollo"

Una de las carnes más apreciadas en este país es la de pollo, tanto por sus características nutritivas como por sus fibras musculares, blancas, finas y suaves.

Las proteínas que aporta esta ave a la dieta del mexicano son de un alto valor alimenticio. Aún más, su carne resulta de fácil digestión, lo que la hace especialmente recomendable para el consumo de niños y adultos, sanos y enfermos.

El pollo admite muy variadas formas de preparación en la cocina.

En muchos casos, el agua de cocción —el caldo o consomé— ha constituido uno de los principales ingredientes de la sopa "aguada", platillo presente en la dieta de gran número de familias nacionales.

Pero, ¿cuáles son las características y componentes de los productos comerciales conocidos como "consomés concentrados"?

El estudio de "consomés concentrados de pollo" es el primero de una serie sobre la industria alimenticia incluidos en el programa de investigaciones del Instituto Nacional del Consumidor.

El objetivo de este ensayo es el de analizar, comparativamente, los aspectos de fabricación, comercialización y consumo que pudieran afectar de una u otra manera los intereses generales de la población.

¿Cómo se hizo la investigación?

Se estableció contacto con los fabricantes. Fueron estudiadas luego las muestras de los productos existentes en el mercado: las presentaciones, tamaños, ofertas, promociones y niveles de precio. Se examinaron también el consumo total nacional y las adquisiciones por familia, los canales de distribución y los hábitos comunes de compra. Asimismo, se hicieron análisis de laboratorio y se revisaron diversas publicaciones e informes.

Se estudió, finalmente, la publicidad y las motivaciones de compra, y se levantaron numerosas encuestas.

Resultados de la investigación

Fueron identificados en el Distrito Federal diez fabricantes de consomés concentrados. De esta cifra, no se obtuvo información de tres por tratarse de proveedores exclusivos de ciertos restaurantes, y por estar paralizada su producción o tener como único cliente a un distribuidor menor.

Así, los diez fabricantes de consomés en México que se estudiaron son Productos de Maíz, S. A. (Knorr-Suiza y Knorr-Tomate); General Foods, S. A. (Rosa Blanca y Consomate); Anderson Clayton Co., S. A. (Rico); Cía. Nestlé, S. A. (Maggi); Condimentos Sazón, S. A. (Sazón); Sra. Ma. del Carmen Aguilar (Comee); Empacadora Koci (Koci); Apel, S. A. (Solo y CONASUPO); Super Sopas (Malú y CONASUPO); Productos Poulet de México, S. A. (Pulet).

A través de la investigación se descubrió que el consomé concentrado es un producto de consumo generalizado, siendo escasas las familias nacionales que no lo incluyen en su dieta con cierta regularidad.

De hecho, el periodo promedio de adquisición y las cantidades correspondientes son tales, que el consumo por familia alcanza la alta cifra de seis kilogramos por año.

En el mercado nacional, por su lado, se ofrecen dos presentaciones de consomés concentrados: en cubos y granulados. La venta de cubos representa el ocho por ciento del total de consomés. De este porcentaje, el 68 por ciento es consumido por las clases populares.

En cuanto al número de adquisidores, las tiendas de abarrotes y misceláneas son el principal canal de distribución en el país, después los mercados y las tiendas de autoservicio.

Además de ilegibles, las etiquetas, por lo general, no señalan fecha de caducidad.

CUADRO COMPARATIVO DE TRECE MARCAS DE CO

(Los ingredientes corresponden a un

	COMEE	CONASUPO	CONSOMATE	KNORR-SUIZA	KNORR-TOMATE
Precio promedio (por 100 grs.) $*	1.95	2.46	5.07	4.47	4.92
INGREDIENTES %					
Sal común yodatada	45	35	53	44	48
Glutamato monosódico	9	5	5	18	12
Azúcar	26	15	6	--	1.5
Grasa de pollo	3	7	1.7	23	7
Carne de pollo	5	7	1.7	8	8.4
Grasa vegetal	5	8	19	--	3
Proteína vegetal	--	5	--	--	2.3
Féculas	--	15	3.5	--	--
Especias **	4	3	4.75	--	5.1
Aditivos ***	3	--	0.25	1	0.2

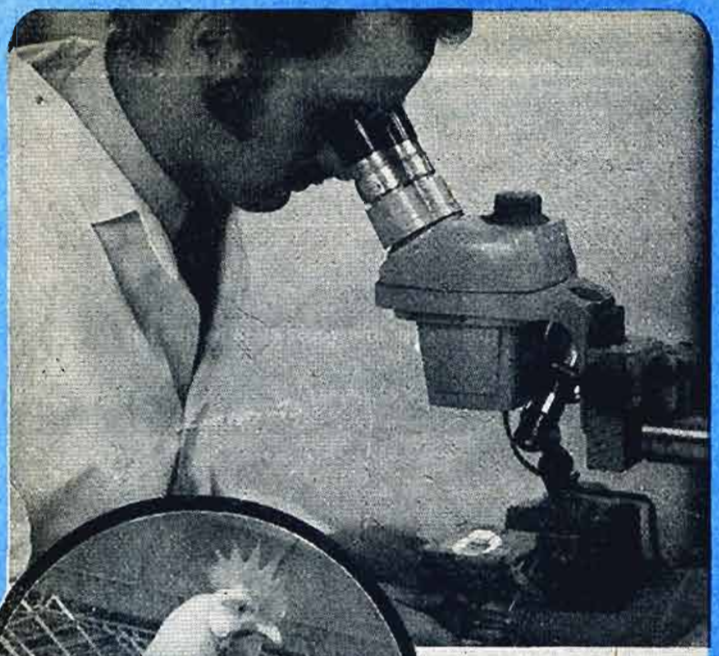
*al 30 de septiembre de 1976.
**ajo, cebolla, perejil y otros.
***espesante, colorante, antioxidante y otros.

NSOMES CONCENTRADOS DE POLLO GRANULADOS.

esumen de porcentajes de contenido).

KOCI	MAGGI	MALU	PULET	RICO	ROSA BLANCA	SAZON	SOLO
3.41	5.49	3.11	3.20	3.62	4.21	2.92	2.48
50	50	48	46	48	44	57	35
18	16	11	15	15	2	4	5
8	3	6	8	5	14	14	15
7.5	7	7	6	3.5	3.5	--	7
7.5	9	7	9	3.5	3.5	--	7
1	4	3	7	3	7	8	8
--	3	10	--	4	7	5	5
0.5	5	2	5	10	13	5	15
6.5	2.88	5.95	3.95	3	3	6.95	3
1	0.12	0.05	0.05	5	2	0.05	--

Nota: Consomate contiene 5% de tomate deshidratado.
Knorr-Tomate contiene 3% de levadura y 9.5% de tomate deshidratado.
Knorr-Suiza contiene 6% de extracto de carne de pollo.



Resultados de las pruebas de laboratorio

Se observó que diez de las 13 marcas estudiadas cumplen con la tabla de ingredientes básicos —carne de pollo sin grasa, grasa de pollo y sal yodatada— fijada por la norma oficial de calidad de la Secretaría de Industria y Comercio (D.G.N.-F-158-1968 para Caldo o Consomé Deshidratado de Pollo).

Las diez marcas que cumplen con los requisitos básicos de la SIC son Conasupo, Knorr-Suiza, Knorr-Tomate, Koci, Maggi, Malú, Pulet, Rico, Rosa Blanca y Solo.

Sin embargo, es necesario mencionar que atenerse a la norma oficial en vigor no agrega necesariamente un mayor valor nutritivo al consomé.

En cuanto al olor de estos productos cabe señalar que éste es medicamentoso y, en ocasiones, se percibe un aroma a especias. Su sabor característico lo da el cloruro de sodio (sal común) y el glutamato monosódico.

El glutamato monosódico es una substancia que estimula las papilas gustativas que se encuentran en la lengua y realzan así el sabor de los alimentos. No es recomendable su uso en la dieta normal del niño menor de tres meses y no debe emplearse, en ningún caso, una cantidad superior a los 120 miligramos por kilogramo de peso en los adultos.

En relación con este saborizante artificial (GMS), se observó que todos los consomés cuentan con una concentración por encima de la máxima permisible por el proyecto de norma, en estudio de la Secretaría de Salubridad y Asistencia. (Extractos y similares - 1975).

La publicidad

El medio publicitario que absorbe una mayor proporción del gasto de los fabricantes es la televisión, (tres cuartas partes del total); le siguen la radio, las revistas y la publicidad en los lugares de venta.

Sólo cuatro de los diez fabricantes estudiados, declararon tener y dedicar parte de su presupuesto para utilizarlo en publicidad: Productos de Maíz, S.A.; General Foods, S.A.; Anderson Clayton Co., S.A. y Cía. Nestlé, S. A.

La publicidad: mal orientada. Los anuncios que dan a conocer las características de los consomés concentrados de pollo por medio de la televisión, orientan al público a entender que estos productos comerciales mejoran notablemente el sabor de las sopas, porque contienen pollo.

Entre las frases que comúnmente se emplean figuran con insistencia mensajes tales como: "sí es de pollo", "sabe a pollo", "es de pollo", "es caldo de pollo", "puritito pollo y tomate", "consomé y tomate". Con esto, se induce a pensar que el contenido esencial del producto, su ingrediente fundamental, es el pollo. En algunos anuncios se muestran aves grandes, sanas y gordas, y tomates de primera calidad. Las imágenes, además de reforzar el contenido de pollo, sugieren que los consomés concentrados poseen cualidades nutritivas. Otros avisos exhiben cordiales escenas familiares en las que los actores —todo simpatía—, con apetitoso asombro descubren en las sopas un satisfactorio gusto a pollo, gracias al consomé granulado o en cubos.

La publicidad es inadecuada. De hecho, el contenido de carne de pollo en las diversas marcas comerciales *es francamente bajo* o *simplemente inexistente.* También suele ser poca la cantidad de grasa de pollo, y lo mismo puede decirse del total de la porción vegetal.

En general, los principales componentes de los llamados "consomés concentrados" son la sal, la azúcar y los saborizantes artificiales.

Una publicidad bien orientada entonces, debe tomar en consideración que el producto no es consomé (caldo de carne) concentrado; que no es un artículo recomendable para la alimentación de niños menores de tres meses, y que no es aconsejable abusar de su empleo.

Para que la publicidad resulte de alguna utilidad para el consumidor, debe proporcionar información veraz y suficiente. En consecuencia, los mensajes propagandísticos deberían indicar que tales productos *son sólo sazonadores* y que el "sabor a pollo" *no es natural.* Además, y en lo que se refiere a la televisión, convendría suprimir la tendencia de los fabricantes a relacionar los "consomés concentrados" con pollos y vegetales, las imágenes y frases que sobresaltan estos ingredientes y, el aparente éxito hogareño que, para quien cocina, presupone el uso de los concentrados de pollo.

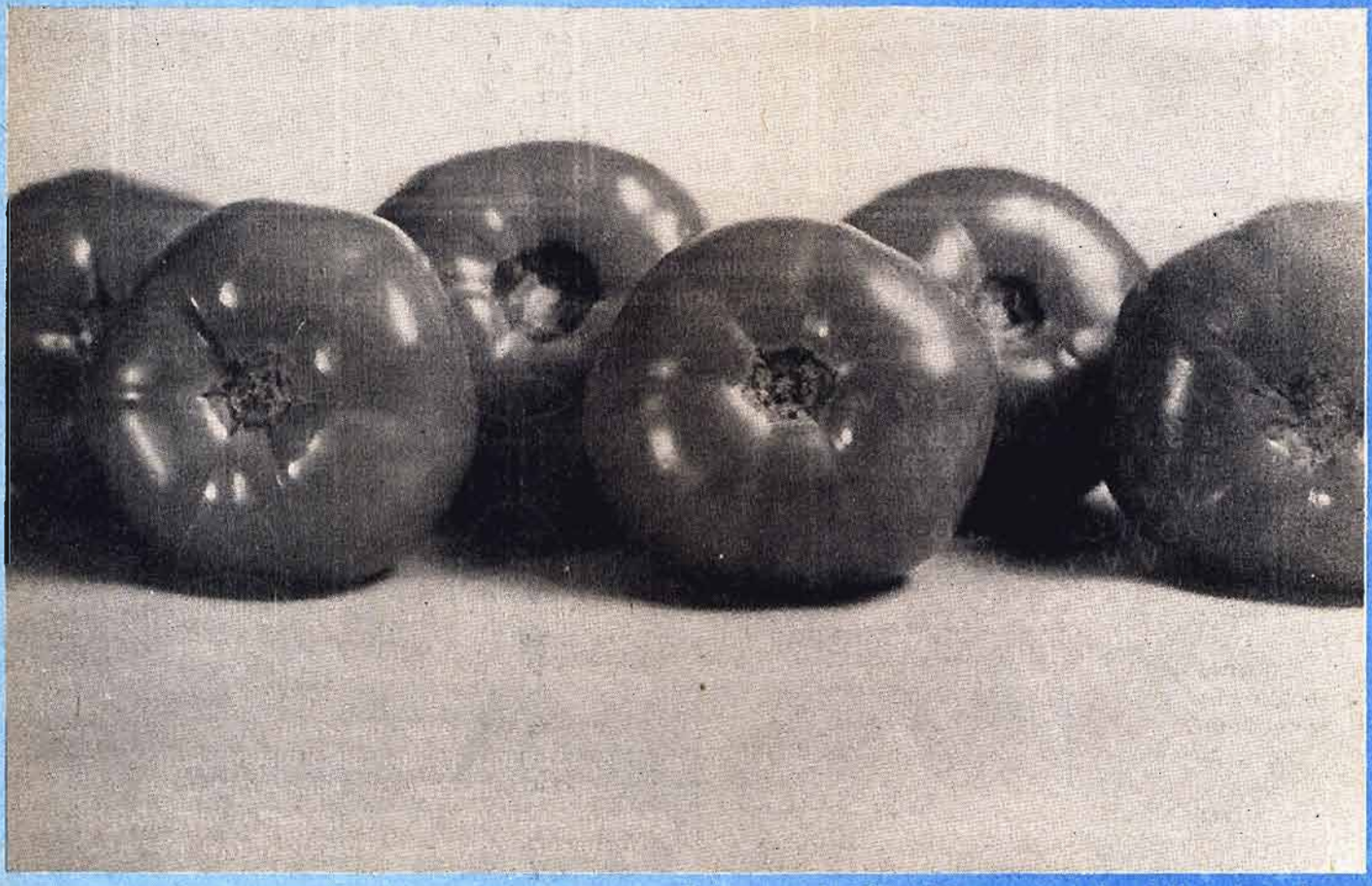
Las etiquetas. La mayor parte de los fabricantes reconocen verbalmente un término de caducidad para sus productos, que fijan entre seis y doce meses. Este periodo puede variar en función de los antioxidantes y conservadores que contenga el producto y el clima a que esté sometido. Sin embargo, y contraviniendo las disposiciones legales, no señalan la fecha de caducidad en los envases.

Resultados de la encuesta

- Son compradores habituales de consomé concentrado: 98%
- Recuerdan la publicidad televisada: 93.5%
- Emplean el producto por el sabor: 80%
- Le atribuyen propiedades nutritivas: 60%
- Lo utilizan como consomé solo: 19%
- Lo adquieren en abarrotes y misceláneas: 34%
- Adquieren preferentemente la presentación granulada: 92%

Conclusiones

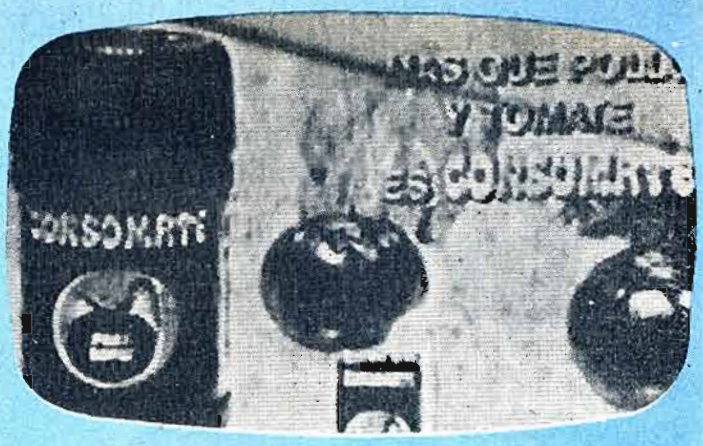
- Los consomés concentrados de pollo son productos cuya única finalidad aparente es la de sazonar alimentos.
- Los nombres de "consomé de pollo" y "caldo de pollo" no corresponden a la verdadera naturaleza del producto.
- Las tapas de los envases de varios de los productos analizados son demasiado grandes, por lo que aparentan un mayor contenido.
- Todos los consomés estudiados cuentan con elevadas concentraciones de glutamato monosódico, substancia que, según investigaciones recientes realizadas en el extranjero, puede provocar trastornos al organismo de ingerirse con exceso.



Los principales componentes de los consomés concentrados no son el pollo y el jitomate sino la sal, la azúcar y los saborizantes artificiales.

Recomendaciones al comprador

- Antes de adquirir un consomé vea las etiquetas: contenido neto e ingredientes en orden de aparición. Compare precios.
- Tenga en cuenta que el glutamato monosódico, saborizante artificial incluido en todos los consomés concentrados, puede modificar el sabor de los alimentos y llegar a producir hábito. Su consumo excesivo puede afectar a la salud.
- Manténgase alerta de la publicidad. Recuerde que los consomés no poseen cualidades nutritivas.



Promedio global de contenido

(No se incluyen ingredientes que aparecen en una sola marca)

Sal común yodatada	46.00 %
Glutamato monosódico	10.54 %
Azúcar	9.54 %
Grasa vegetal	6.92 %
Grasa de pollo	6.15 %
Carne de pollo	5.54 %
Ajo, cebolla, perejil y otros	3.81 %
Féculas	3.15 %
Espesante, colorante, antioxidante y otros	0.96 %

Pollos en televisión

Anuncios comerciales que mencionan "pollo" o aluden a esta ave:

- Consomate (30 segundos): pollo, tres veces; pollos, una. En las imágenes aparecen tres pollos. Puede leerse "pollo", tres veces.
- Knorr-Suiza (20 segundos): pollo, cuatro veces; pollito, dos; cloc-cloc, tres. Se lee: "sí es de pollo", una vez.
- Knorr-Suiza (20 segundos): pollo, cinco veces; cloc-cloc, tres veces. Puede leerse "sí es de pollo", una vez.
- Knorr-Tomate (20 segundos): pollo, dos veces.
- Rico (20 segundos): pollo, cuatro veces. En la imagen, aparece un pollo.

(Estudio elaborado por el Departamento Técnico del Instituto Nacional del Consumidor)

Magia

1

Nada mejor para desarrollar sus artes de magia negra que repetir la palabra "ABRACADABRA". ¿Cuántas veces cree poder hacerlo empezando por la "A" que inicia el triángulo?

A
B B
R R R
A A A A
C C C C C
A A A A A A
D D D D D D D
A A A A A A A A
B B B B B B B B B
R R R R R R R R R R
A A A A A A A A A A A

2

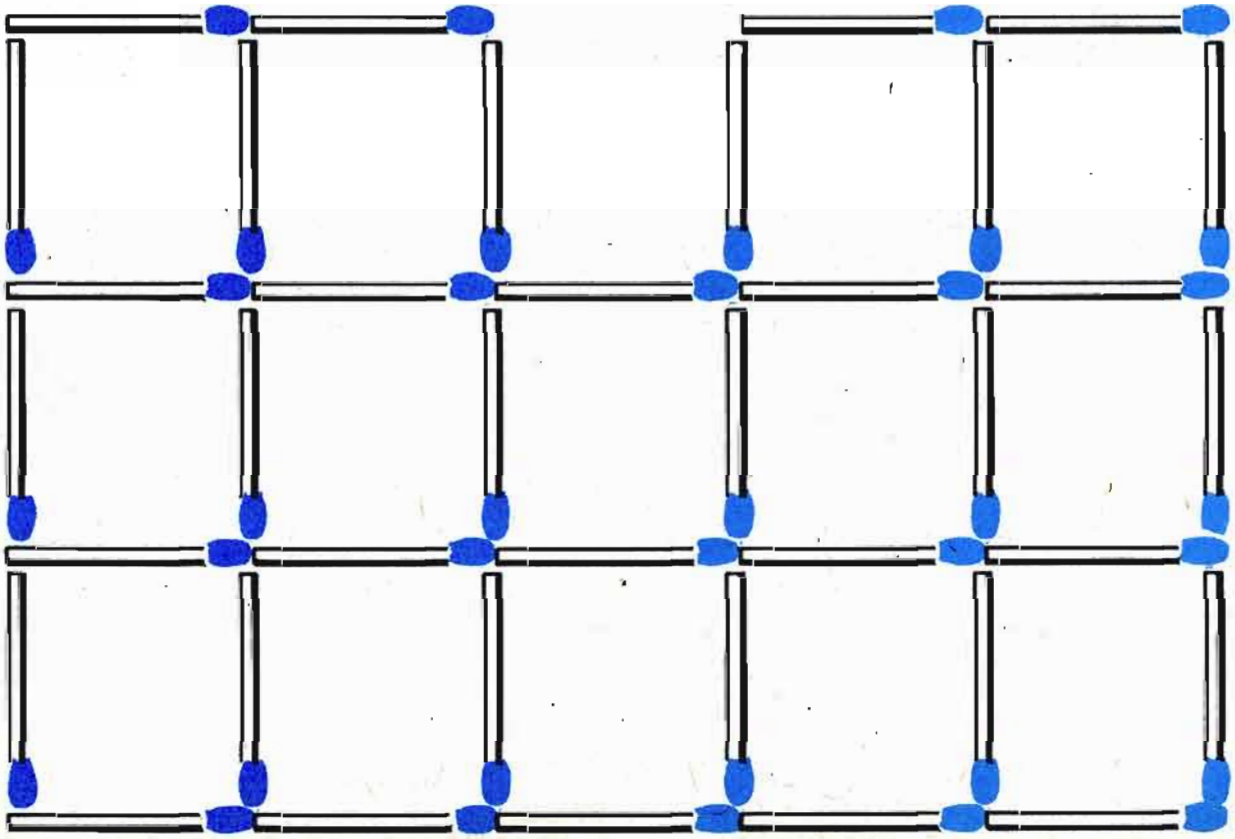
El fósforo no sólo sirve para encender, sino también para jugar. Ponga una cantidad de cerillos en una copa o vaso (ver figura. 1). El primer jugador sacará uno y lo colocará sobre los demás. Su contrincante hará lo mismo y así subsecuentemente (ver fig. 2). Si un jugador causa la caída de uno o más cerillos deberá quedarse con ellos. ¿Quién es el ganador? El que tenga menos cerillos al final del juego.

Fig. 1

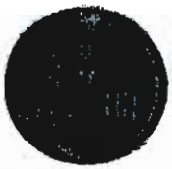
Fig. 2

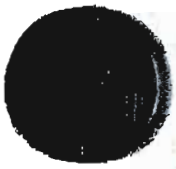
3

14 - 3 = 12 ¿Imposible? No del todo, con 37 cerillos forme 14 cuadros como en el dibujo. Moviendo únicamente 3 cerillos haga que queden 12.



4

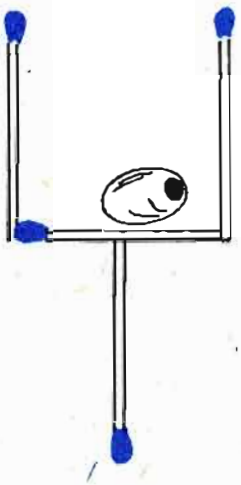




La multiplicación de las monedas. Si con seis veintes es capaz de hacer dos líneas rectas de cuatro piezas cada una, sin duda sabe estirar muy bien su presupuesto familiar.

5

- ¿Aficionado a los "martinis"? Si le estorba la aceituna, sáquela moviendo exclusivamente dos cerillos de tal manera que la copa siga existiendo.

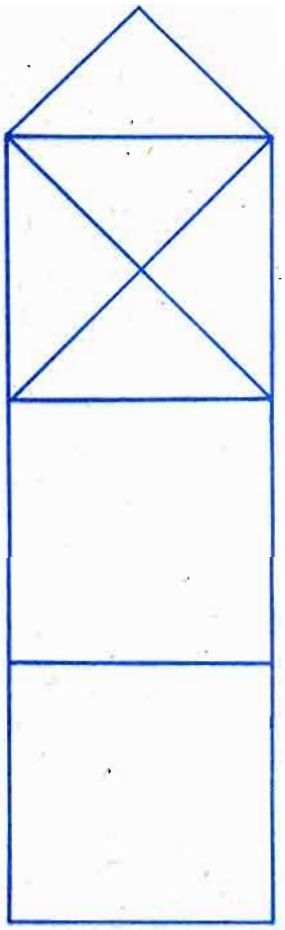


6

¿Le gustaría hacerla de brujo? Llene una botella con agua. Encienda un cerillo, dejando quemar la cabeza únicamente, y apáguelo enseguida. Tire luego el cerillo en la botella con la cabeza hacia arriba. Verá que sube y baja. Practique y experimente, pronto será un gran mago.

7

Este dibujo puedè hacerse sin despegar el lápiz del papel y sin pasar más de una vez por la misma línea. Haga la prueba y recuerde ...el que persevera alcanza.



8

La ciencia progresa... y la naturaleza también. ¡Ahora los plátanos vienen rebanados! Esta afirmación puede comprobársela al más incrédulo de sus amigos con un sencillo truco que consiste en partir, con anticipación, el plátano con un alfiler o aguja introduciéndolo hasta sentir que la punta toca la cáscara del otro lado (fig. 1) y moviéndolo hacia los lados (fig. 2). Se repite la operación cada dos centímetros (fig. 3).

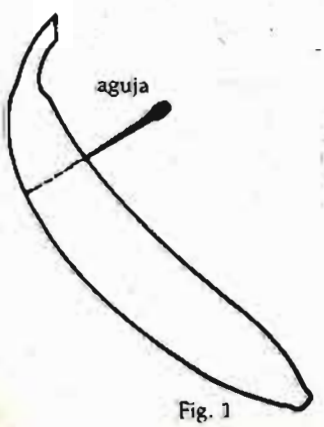


Fig. 1

Fig. 2

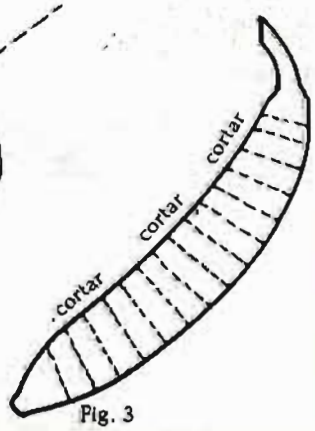
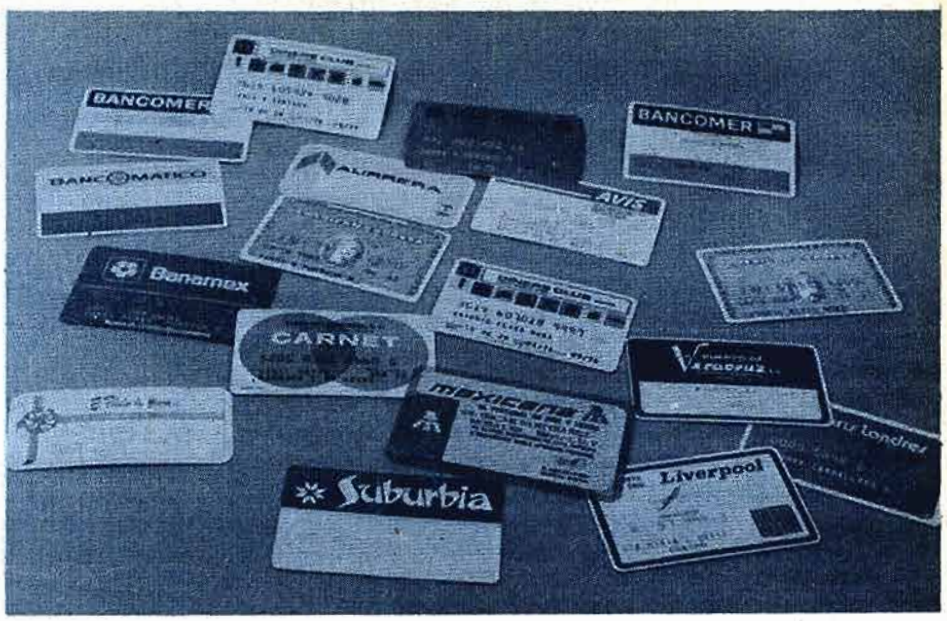


Fig. 3

Busque las soluciones en la página 96.

El crédito en tarjetas



¿Un mecanismo de consumo inmoderado?

"Estimado cliente: su cuenta No. 25346-03 registra tres pagos vencidos a pesar de los requerimientos para efecto de regularizarla. Es necesario liquidar de inmediato la cantidad que se menciona al calce, con el objeto de evitarse problemas en el uso de su tarjeta, independientemente de que su buen crédito se vea perjudicado. Importe a pagar: tres mil 920 pesos con 25 centavos. Atentamente."

Aunque parezca sorprendente decirlo, fuentes bancarias consultadas señalan que uno de cada tres mexicanos que cuenta con una de las tarjetas de crédito ofrecidas tanto por el comercio como por entidades financieras o corporaciones internacionales, ha recibido alguna vez una carta parecida a la que figura arriba. ¿Por qué?, sencillamente por no saber utilizar, con mediana propiedad, esta importante herramienta de pago.

A primera vista, la tarjeta de crédito ofrece una posibilidad concreta: la de adquirir bienes de consumo u otros sin dinero líquido y pagar esas compras a plazos. Implica también un peligro igualmente real: el de tener a mano un instrumento de tentación permanente que permite adquirir más de lo que se necesita o lo que eventualmente se está en condiciones de pagar.

En principio, toda persona que gana mensualmente más de cinco mil pesos, está en condiciones de ser poseedor de una tarjeta de crédito.

Existen las que concede el comercio establecido, como Suburbia, Liverpool, El Puerto de Veracruz, El Palacio de Hierro, París Londres, Salinas y Rocha, y Sears, para nombrar algunas. Además, se encuentran en el mercado nacional "tarjetas de cortesía", como las que otorgan Aurrerá, Gigante, Comercial Mexicana, y según las cuales se acepta el pago con cheques hasta un monto determinado, que generalmente no supera los mil pesos. Hay también tarjetas bancarias, como las de Bancomer, Banamex y Carnet, aceptadas prácticamente en todos los establecimientos del país y, finalmente, las internacionales —American Express, Diner's Club, Carte Blanche, etc.—, mecanismos de crédito considerados por mucha gente como un "esencial" en viajes internacionales o entretenimientos fuera de lo común.

Interrogado sobre las ventajas generales de las tarjetas de crédito, Raúl Portillo, gerente de promoción y publicidad de Aurrerá, dijo a la Revista del Consumidor que éstas "elevan en principio el estándar de vida de los usuarios y, además, facilitan y promueven la planificación familiar de los gastos."

"Dado el proceso inflacionario y la pérdida del valor adquisitivo de nuestra moneda —explicó—, conviene comprar a crédito sobre todo porque los intereses de las tarjetas son francamente pequeños."

"El crédito —dijo— es un instrumento excepcional para la gente organizada, y ayuda a vivir mejor."

Agregó el gerente de promoción y publicidad de Aurrerá que para las personas acostumbradas a comprar en un determinado establecimiento, es más conveniente obtener el crédito directamente del almacén correspondiente que pedirlo, por ejemplo, a una institución bancaria. Además, precisó, "con la tarjeta de crédito en la bolsa, no es necesario llevar altas cantidades en efectivo. Pueden aprovecharse también oportunidades y baratas auténticas en momentos apremiantes."

Al mencionar los peligros de las tarjetas de crédito en grandes tiendas, Portillo señaló que aquéllas son limitadas en su monto (no superan los cinco mil pesos), "por lo cual no pueden calificarse de mecanismos *consumistas*".

"Por el contrario —precisó el funcionario de Aurrerá—, las tarjetas de crédito bancarias sí son *consumistas*, pues con ellas pueden comprarsé bienes suntuarios y extravagantes. Si el usuario de este tipo de tarjetas es desorganizado, su manejo será negativo, ya que planeará

mal las compras, gastará más de lo que gana y caerá en adquisiciones innecesarias."

¿Incitación al consumo?

Al referirse a las tarjetas de crédito bancarias, el arquitecto Fausto Sordo, alto ejecutivo de Banca Cremi, sostuvo que la culpa de los posibles abusos la tienen las personas que utilizan el mecanismo y no las tarjetas o las instituciones que las otorgan.

"Con ellas en sus manos —dijo Sordo—, los usuarios pueden hacer gastos, programarlos coherentemente, aprovechar las baratas y, todo esto, sin llevar dinero líquido consigo."

Según Sordo, existe una gran similitud entre la planificación de las familias y la de los negocios: ambas tienen necesidad de racionalizar sus presupuestos a corto y largo plazo. "El uso de las tarjetas, entonces, ayuda al control de los gastos y al buen destino de las erogaciones familiares."

"Sin embargo —agregó— esta breve exposición sobre el tema queda incompleta si no se mencionan las principales causas del abuso en el sistema.

"Yo diría que son cuatro los motivos por los cuales se malemplea la tarjeta: una deficiente planeación, desorganización en los gastos, compras impulsivas de innecesarios y, por qué no mencionarlo, errores de los empleados bancarios por no combatir adecuadamente la mentalidad que este instrumento, en algunos casos incitador de un consumo exagerado, ha creado entre los usuarios."

Con todo, enfatizó el ejecutivo bancario, el mayor peligro del mecanismo está siempre en el tarjeta-habiente. "Quien tome la tarjeta con el criterio de vivir bien el momento, de manera irresponsable, y no use inteligentemente la capacidad crediticia que se le ha otorgado, sufre personalmente las consecuencias, afectando también al país entero."

Una de las principales críticas que se escuchan acerca del sistema de tarjetas de crédito radica en el hecho de que, objetivamente, parecen propiciar un mayor consumo.

Al respecto, Raúl Portillo, de Aurrerá, sostuvo que quienes dicen por ejemplo, "esta tarjeta me hace gastar más", están en un grave error. "La culpa la tienen ellos mismos, si carecen de educación suficiente para pensar y controlar sus impulsos. De todos modos, en este momento particular, es verdad que hay compras de pánico, y las tarjetas se están usando mucho."

Más rotundo aún, el licenciado Francisco Gallástegui, de Bancomer, enfatizó que "si por *consumista* se entiende que se propicie o coaccione a la gente a la utilización de determinados productos con afectación de su presupuesto familiar, entonces podemos afirmar categóricamente que las tarjetas de crédito no son *consumistas*. Y esto es así, porque las opciones de compra son muy amplias —unos 36 mil establecimientos."

En cambio, Humberto Cantú, de Comercial Mexicana, reconoció que la tarjeta es, en sus propias palabras, netamente *consumista*. "Pero entiendo —dijo— que el consumismo en sí está ligado con quien usa el instrumento, y no con la tarjeta misma."

Al inteligente, pocas palabras

Especificó luego: "Es verdad que sí se gasta más con la tarjeta que sin ella. En este sentido, el elemento sicológico es importante, dado que al poseer una tarjeta uno no se preocupa por el monto de la cuenta, sino que se deja llevar por las circunstancias."

Y en el mismo sentido, el arquitecto Sordo hizo hincapié en que este mecanismo crediticio alienta a las ventas. Señaló Sordo: "La tarjeta sí es *consumista*, pues vivimos en una sociedad de consumo, y así funciona el aparato productivo de la economía. Empero, no hay un límite general que diga hasta dónde es inflacionaria la tarjeta. En todo caso, ayuda a mantener el equilibrio del mercado alentando las ventas. Y si además se usa dentro de los parámetros de responsabilidad y control, como la mayoría de la gente lo hace, no se tienen, entonces, mayores problemas."

Ventajas y desventajas de las tarjetas de crédito, según encuesta realizada entre otorgantes y usuarios por la Revista del Consumidor

Ventajas

- Facilitan las compras tanto de bienes de consumo duradero como de perecederos.
- Permiten una cierta planificación individual y familiar, además de incitar a una mejor programación de los gastos que se realicen.
- Admiten la posibilidad de aprovechar 'baratas' y 'oportunidades' en momentos en que se carece del dinero líquido requerido.
- Alientan las ventas.

Desventajas

- Son *consumistas*, en la medida en que toleran la adquisición de una mayor cantidad de bienes de los que realmente se necesitan.
- Promueven en ocasiones compras por mayor precio del que el común de las personas pueden pagar, comprometiendo así la economía familiar.
- Imponen responsabilidades, a veces innecesarias y evitables. Si el tarjeta-habiente es impulsivo, arriesgará su crédito y, en última instancia, su solvencia.

Libros y tamales

Por RAUL PRIETO

En su condición de mercancías, los libros se encuentran en el mismo nivel que las legumbres. Claro, nadie va a leerse, pongamos por caso, un kilo de papas; pero tampoco nadie va a comerse la Biblia en ensalada. Con todo, son mercancías las legumbres y los libros porque están en el mercado, porque son objetos de compra y de venta.

La falacia de que el libro no es una mercancía les ha servido enormemente a muchos mercaderes del libro al despojarlos precisamente de tal característica, transformándolos casi en apóstoles del saber que sirven a la cultura sin afán de lucro. Pero en la realidad son lo que son muchos de ellos: mercaderes de arriba a abajo, por los cuatro costados. Al lector no le costará trabajo dar con editores que perfectamente podrá calificar de traficantes semianalfabetos. Los hay especializados en libros técnicos y dueños de fortunas enormes. Y en cuanto a las librerías, la mayor parte no pasan de tiendas de libros; en ellas se venden libros tal y como en las tamalerías se venden tamales. Las hay que ni siquiera cuentan con dependientes: los compradores se encargan de atenderse a sí mismos, escogen los libros a su gusto (igual que lo harían con paquetes y latas en un supermercado) y luego pagan en la caja, a la salida.

Por un decreto de carácter cultural, aunque sea de provecho mercantil, los dueños de librerías pueden mantenerlas abiertas desde temprano hasta muy noche, incluso domingos y días de fiesta. Esos tenderos tienen a sus empleados atenidos a los sueldos más bajos. Encima, no pagan impuestos. A diferencia de los libreros de España, por ejemplo, los de México (casualmente, muchos de ellos españoles también) son los zares del mundo bibliográfico. Es decir, en tanto que en España la industria y el comercio de libros se hallan bajo la decisión suprema de los editores, en nuestro país ocurre a la inversa: aquí los abarrotes gobiernan al libro. Generalmente, reciben ejemplares a consignación (no arriesgan un centavo) y se quedan con el 40 o el 50 por ciento de la venta. Usted paga por un libro 100 pesos en una librería y el que la regentea se embolsa la mitad de esa suma, aproximadamente. El autor del libro, si bien le va, percibe entre el 10 y el 15 por ciento. El resto se entrega al distribuidor, al editor y al impresor.

Hay ocasiones en que todos ganan (bueno, excepto los clientes) cuando se trata de textos de secundaria. Repetidamente se ha solicitado que los libros de estudio y consulta de la escuela de segunda enseñanza, sin alcanzar una no muy recomendable gratuidad, sean editados por la Secretaría de Educación Pública y vendidos a los estudiantes o a sus padres al costo; si acaso, con un ligero margen de utilidad. Pero este negocio (porque es un negocio y muy importante; un negocio de muchos millones de pesos), este negocio de los libros de texto de secundaria es defendido a capa y espada por quienes actualmente lo explotan y que se muestran decididos a no perder jamás la posibilidad de seguir atiborrándose de ganancias estratosféricas, a cambio de darle al estudiante medio de México uno de los conjuntos de obras escolares más detestables y costosos que imaginarse pueda, porque en tanto que los textos gratuitos de la escuela elemental nos prestigian, gracias a su excelente calidad pedagógica, los textos de secundaria, salvo contadas excepciones, son poco menos que ladrillos de disparates, galimatías y cursiladas; pésimos instrumentos de enseñanza repletos de errores. Ahora bien, como sus tirajes son crecidos y gozan de la garantía de un mercado seguro, pues la compra de tales mamotretos resulta obligatoria, en consecuencia, las utilidades respectivas son absolutas. Sale sobrando añadir que sus autores, editores y vendedores viven felices.

A veces, el autor y el editor es la misma persona, por lo que la tajada del pastel que le toca resulta la más suculenta. En cuanto a los libreros, esos mismos que se escudan tras de la conseja desatinada de que el libro no es mercancía (o, por lo menos, no cualquier mercancía), en cada temporada de venta de textos de secundaria mandan al diablo toda otra operación financiera y, bien afilados los colmillos, se entregan de lleno al jugoso comercio de dichos tamales, de los mencionados libros escolares.

El libro sí es una mercancía, sobre todo en nuestro México feudal capitalista. Una mercancía con la que se especula desvergonzadamente; una mercancía cada momento más cara, pues los negociantes del libro son entre nosotros, al paso del tiempo, más insaciables. En lo que a los textos de secundaria corresponde, hay que insistir que deben ser editados por la Secretaría de Educación Pública y vendidos directamente en las escuelas, sin intermediarios, más o menos al costo. Ladrarán furiosos una minoría de vivales; sin embargo, una copiosa población de alumnos y padres de familia resultarán muy beneficiados.

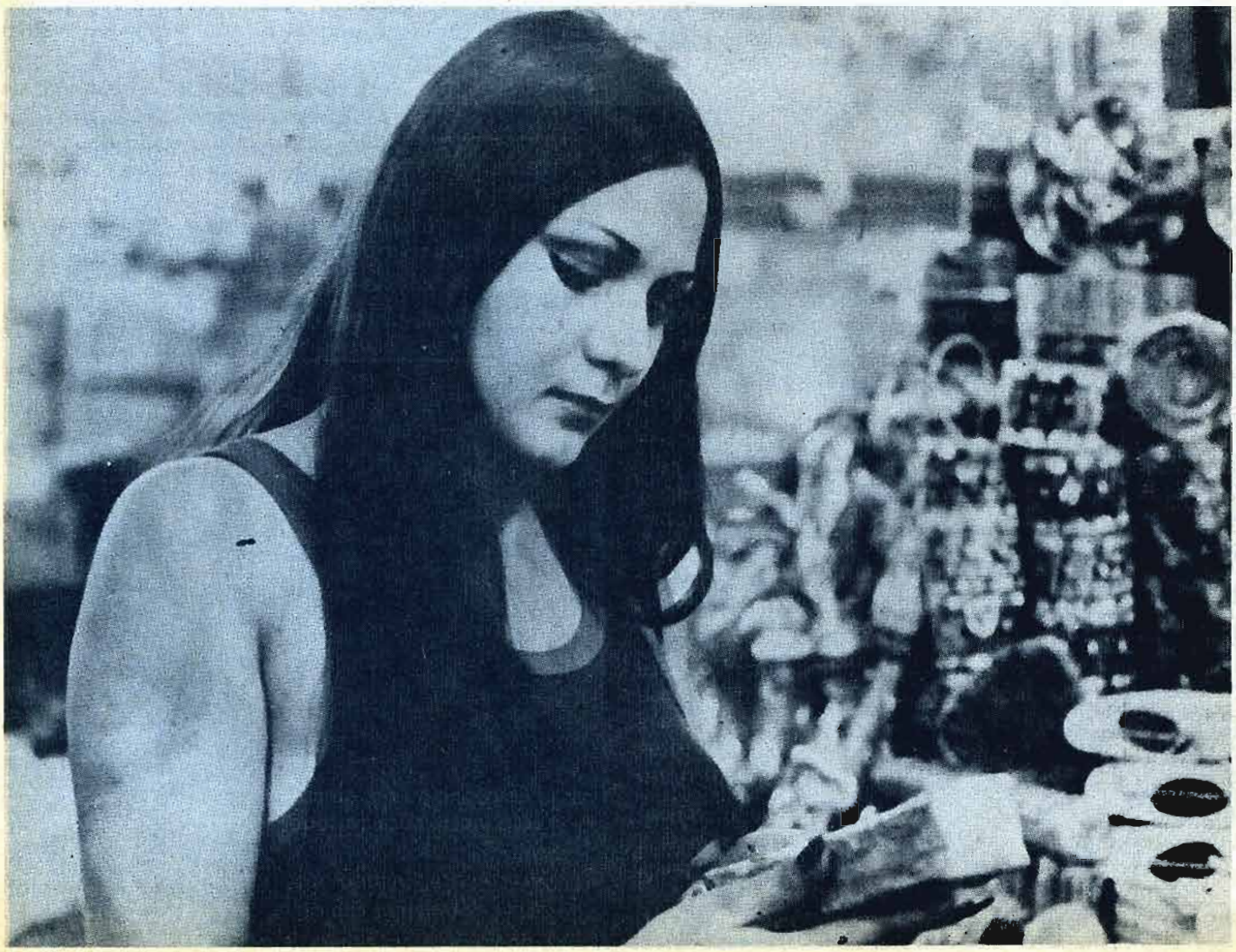
"Ganar Comprando"

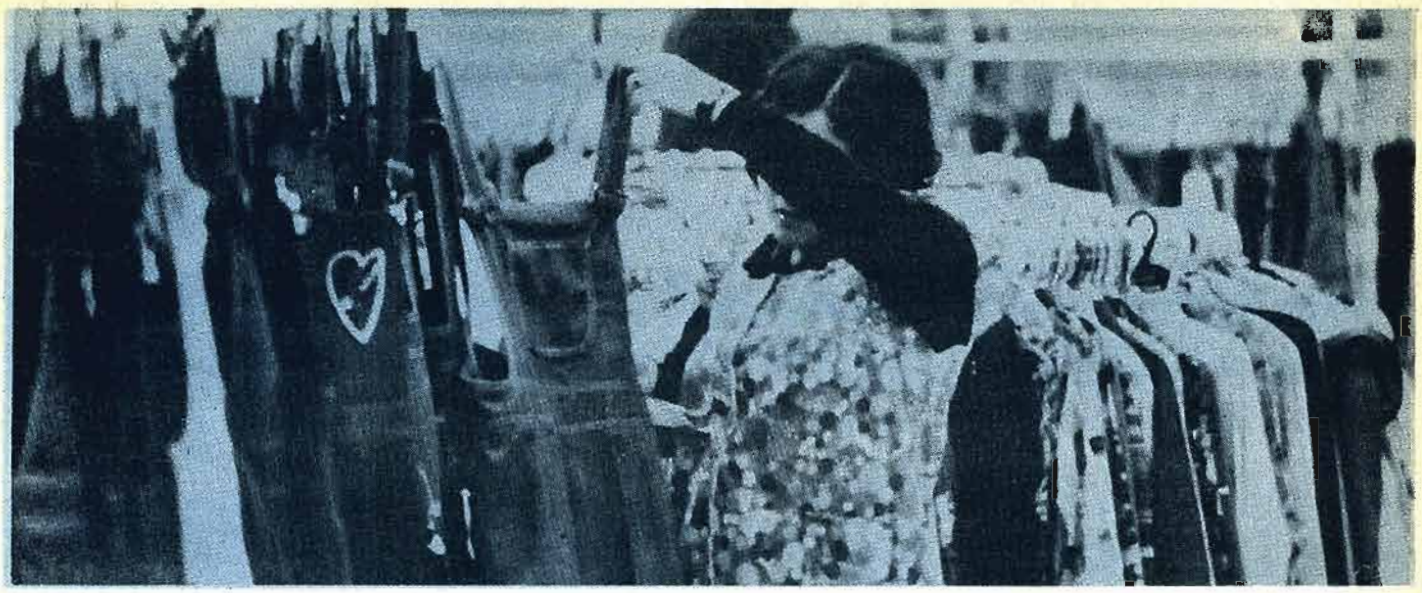
Ser un buen comprador es saber qué adquirir, dónde hacerlo, y cuándo. Pero ésta no es tarea fácil. En el mundo de hoy se puede elegir entre tantos bienes y servicios, que determinar con cierta exactitud lo realmente necesario exige una buena capacidad de elección. Comprar cuidadosamente, no obstante, es multiplicar el dinero.

Planee el gasto primero

Diseño de la Estrategia en Casa. En realidad, aquí es donde la buena compra comienza. Por ello, determine siempre sus necesidades antes de salir a las tiendas. El comprador sensato es una persona que adquiere primero los objetos que realmente necesita y deja para después los posibles extras. Las necesidades de una familia no pueden ser, y de hecho no son, las mismas que aquellas de vecinos o parientes. Por eso, al hacer sus planes recuerde:

- Qué es lo que ya tiene.
- Qué es lo que necesita.
- Para qué sirve el producto que pretende adquirir.
- Qué tamaño, color, cantidad y calidad es la que desea.
- Qué precio puede pagar.





La lista de compras

Hacerla Toma Tiempo. Pero el buen comprador siempre lleva consigo una nota de lo que requiere. Apunte en ella los productos que le vengan a la mente. Organice luego su lista en función de la ubicación de las diferentes tiendas que visitará, incluso la colocación física de los objetos dentro de las mismas. Hacer esto le ahorrará vueltas inútiles ; evitará el olvido de productos que pensaba adquirir y, por último, le ayudará a eludir compras de objetos innecesarios.

Decidir Según la Calidad. Cuando haya determinado el tipo y la calidad del objeto deseado, dedique unos minutos, por lo menos, a considerar:

- Cómo usar el artículo.
- Durante cuánto tiempo le prestará servicio.
- De qué cuidados requiere.
- Cuál es su apariencia.

Tenga siempre presente que no en todos los casos la mejor calidad es importante. Un producto descontinuado o de segunda clase puede ser bueno para un sinnúmero de usos.

Compare precios y calidad

La cantidad de productos y servicios normalmente puestos a su disposición es asombrosa. Sin embargo, sus precios y calidad varían. Compare, entonces, y siga esta práctica en toda ocasión. Usted podrá encontrar que una misma camisa, producto alimenticio o estufa, se vende a distintos precios en diversos lugares.

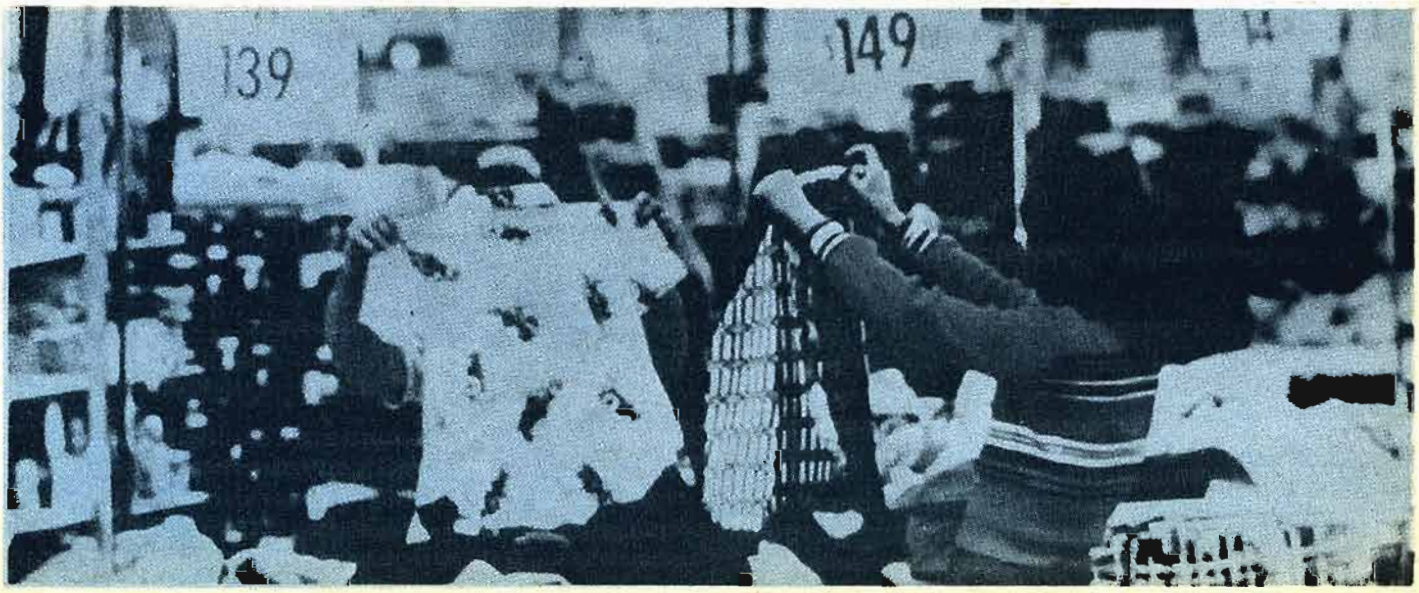
Estudie el producto cuidadosamente. Inspeccione si el producto en cuestión, a su parecer, está bien o mal elaborado.

¿Son buenos los materiales empleados?

Hay muchas maneras de aprender a reconocer las diferencias de calidad y precio. Entre otras, conviene fijarse en:

- Las etiquetas.
- Las garantías.

Asimismo, es preciso mantenerse informado sobre la amplia gama de productos que se encuentran en el mercado a través de revistas especializadas, libros, y la publicidad que habitualmente acompaña la aparición de los artículos.



Etiquetas. Léalas con cuidado. Ciertamente le ayudarán a comparar precios en relación con la calidad ofrecida. Pueden indicarle también los requerimientos del producto para su propia protección, tales como fecha de emisión y/o caducidad; instrucciones acerca del uso adecuado del producto; precauciones; etcétera. Generalmente, los fabricantes anuncian en las etiquetas de alimentos, medicamentos o cosméticos el contenido real del envase. En los alimentos empacados o envasados figuran los componentes del producto final en orden cuantitativo; esto es, el ingrediente más utilizado aparece primero en el listado, y así sucesivamente. En algunos alimentos encontrará los sellos de la inspección sanitaria.

Una etiqueta bien pensada contiene primordialmente información sobre:

- La proporción de contenido de cada uno de los ingredientes del producto ya elaborado para el consumo.
- Su tamaño, número y datos similares.

Garantías. Por lo general, una garantía es tan buena como la persona que la expide. Fíjese en la utilización de vocablos tales como "en caso de", "si es que", "pero es", por el simple hecho de que en la mayoría de los casos acompañan cláusulas restrictivas para el comprador. La Ley Federal de Protección al Consumidor ha establecido los lineamientos más importantes para hacer de la garantía un documento de defensa. Conózcala y hágala valer.

Lea cuidadosamente el documento y examine lo que realmente cubre. Pregunte por cuánto tiempo es válida. Si ampara al artículo en su totalidad o en partes. Finalmente, averigüe la firma que expide el documento y el lugar y forma para hacerlo efectivo.

Una garantía fechada facilita cualquier reclamación. Pida se la sellen.

Publicidad. La publicidad es una forma de dar a conocer artículos disponibles, dónde comprarlos y a qué precio. También es un instrumento que, manejado capciosamente, puede inducir a engaños.

Aprenda a reconocer las propiedades de artículos ofrecidos por sus anuncios. Busque el precio, tamaño, color, materiales de fabricación y calidad. Esté alerta. Un anuncio fácilmente puede llegar a confundir. Palabras tales como "precio normal" pueden significar de hecho, muy poco. Especialmente en artículos costosos, verifique el precio del producto en otros almacenes o tiendas.

Prevéngase contra los "ganchos" publicitarios. Usualmente, se utilizan para hacer a un individuo entrar al lugar de la venta. Usted puede empezar razonablemente a dudar de la veracidad de un anuncio, cuando el artículo ofrecido:

- Se agota, aunque quedan otros productos similares a mayor precio.
- Existe poca disposición de los vendedores para mostrar el objeto solicitado.
- Es poco mencionado por el vendedor en la charla, quien desea que usted adquiera otro.
- Se encuentra a la vista solamente en la muestra de piso, "pero ordenarlo tomará bastante tiempo".

Según la Ley Federal de Protección al Consumidor, los anuncios de promociones y ofertas deben señalar claramente las condiciones generales de venta, el plazo de duración de la misma o, en su caso, la cantidad total de mercancía ofrecida.

Las baratas

Normalmente las ofertas las lleva a cabo el comercio establecido, por un buen número de razones. Entre las que primero aparecen, se cuentan:

- La de obtener suficiente espacio para la mercancía nueva.
- La de vender sobrantes o artículos pasados de moda.
- La de hacer a una persona entrar físicamente a la tienda.
- La de introducir al mercado nuevos productos.

La oferta, sin embargo, requiere de una serie de puntos a observar. Por ejemplo:

- Considerar el tiempo, energía y costo que representa para el comprador.
- Procurar comprar al inicio de la misma, para tener una mejor posibilidad de elección.
- Asegurarse que el precio de venta significa realmente una reducción por sobre el original de lista.
- Prevenirse contra la adquisición de artículos imperfectos o dañados.

Recuerde que los objetos jamás podrán ser gangas, a menos que usted verdaderamente los necesite.

Ventas especiales. Algunas "compras especiales" corresponden a artículos de calidad estándar; otras son de segunda o defectuosas. Lea cuidadosamente las descripciones de los artículos a adquirir. Usted debe comprobar si la calidad y el precio corresponde.

Ventas de aniversario. Frecuentemente se trata de promociones de grandes almacenes. Esté pendiente de las verdaderas baratas. ¿Figuran sólo productos de bajo precio que no necesariamente han sido disminuidos?

Para su protección. Fíjese que la mercancía que va a comprar sea de buena calidad y no adquiera algo solamente porque el costo es bajo. Algunas tiendas aprovechan para vender durante sus baratas, mercancías de menor calidad fabricadas expresamente para la oferta, y de esta manera la operación representa poco ahorro real.

Con el fin de protegerlo, han sido creados el Instituto Nacional del Consumidor, el Comité Nacional Mixto de Protección al Salario (CONAMPROS) y la Procuraduría Federal del Consumidor. No dude en acudir a ellos en caso de que necesite aclarar cualquier duda, o para presentar su queja.

Su responsabilidad. Usted y todos los demás compradores son importantes en la medida en que pueden influir en los precios y las condiciones del mercado. En definitiva —y dígase esto claramente— sus decisiones de compra son las que determinarán lo que se fabricará en el país y ello dejará de tener prioridad para el industrial. Por eso, se ayudará a sí mismo, y de paso lo hará para los demás consumidores:

- Si trata de ser un comprador informado.
- Si hace saber a los fabricantes y distribuidores sus necesidades y problemas, para que ellos le puedan servir mejor.
- Si compra solamente en aquellas tiendas que venden mejor calidad a precios razonables.
- Si deja de adquirir objetos en forma precipitada y evita la devolución de mercancía.
- Si paga sus cuentas ordenadamente.
- Si informa a los organismos encargados de su defensa acerca de cualquier práctica deshonesta o violación a la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Evite la compra impulsiva. No olvide que las decisiones impulsivas afectan su presupuesto. Por ello:

- Haga siempre una lista de necesidades.
- No lleve a toda la familia de compras, pero entrene a los suyos en el manejo del dinero.
- Siempre pregúntese cuándo va a utilizar el producto y dónde lo va a almacenar.
- Piense con calma cualquier compra no habitual.
- No compre cuando esté cansado, tenga prisa o hambre.
- Presupueste para periodos largos y trate de respetar la distribución del dinero.

SUGERENCIAS PARA UNA BUENA COMPRA

- Compare siempre calidad y precio.
- En todos los casos lea las etiquetas.
- Cuente su cambio y fíjese en pesos y medidas.
- Analice detalladamente un contrato antes de firmarlo.

EL CONSUMO EN BROMA

Ernesto "Chango" García Cabral†

HOY NO SE FIA: MAÑANA SÍ
...Y MAÑANA COMO A QUÉ HORA...

—. ¿QUE HACE AHÍ, SEÑORITA ?
— ME DIJERON QUE BAJARA, A TODOS LOS VESTIDOS, LOS PRECIOS...
$1.500
$2.000
$3.000
$1.000
GUERRERO EDUARDS

¡¡GAS!!
GERMÁN MALVIDO

¿Sabía usted que...

• los principios nutritivos específicos de los alimentos se conocen con los nombres genéricos de prótidos, glúcidos, lípidos, vitaminas y minerales?

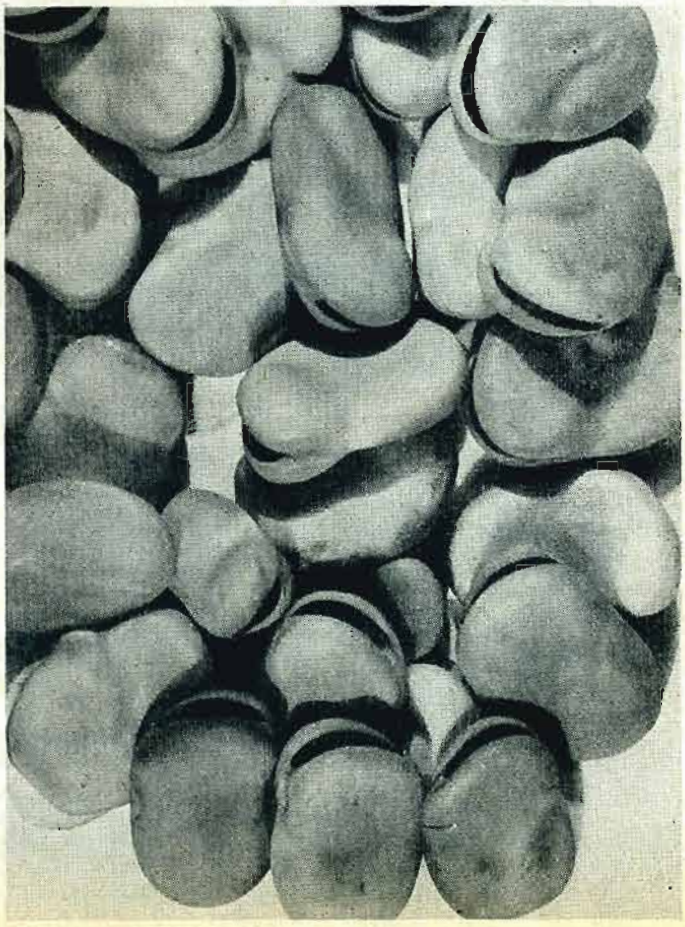
• con 100 gramos de *charales* o pescaditos secos, que se coman íntegramente, incluyendo el esqueleto, quedan cubiertos los requerimientos fisiológicos de un adulto en lo que a proteínas, calcio, fósforo, hierro y otras sustancias esenciales se refiere; y que esto se logra como ningún otro alimento de uso común, aunque sea de mayor precio?

• el *huevo* tiene un alto valor nutritivo por las proteínas, las grasas ricas en colesterol y las vitaminas A y D, y además que es un alimento que se digiere casi en forma total y con extrema rapidez?

• el *pescado fresco* se reconoce por el color uniforme de la piel, los ojos brillantes, las escamas bien adheridas, la carne resistente al tacto, y porque la cola no se dobla con facilidad hacia los lados?

• de las leguminosas que se cultivan en el país, las *habas* son las que tienen una mayor proporción de proteínas, al contar con 23 gramos por cada 100 del producto, mientras que en el garbanzo, frijol y otras legumbres de uso común, el promedio de proteínas es sólo de 21 por ciento?

• la *sal de mesa* tiene un triple carácter dietético al contar entre sus cualidades la de ser un condimento, un alimento indispensable y un nutriente regulador?



VOCABULARIO DEL CONSUMIDOR

A continuación encontramos una serie de palabras y sus posibles definiciones. Ponga usted una X en donde le parezca acertado y verifique sus conocimientos en la página 96.

Por cada acierto anote un punto a su favor.

10 aciertos, extraordinario; 9, excelente; 7 y 8, bueno; 6, regular.
Menos de 6, malo.... y más suerte para la próxima.

CREDITO

1 A( ) confianza	1 B( ) órgano creativo	1 C( ) fruta de un árbol rumano	1 D( ) endeudarse

POLITECNICO

2 A( ) institución de estudios técnicos	2 B( ) político conocedor	2 C( ) policía técnico	2 D( ) pasta de dientes

POST-GRADO

3 A( ) poste de luz graduado a cierta intensidad	3 B( ) reprobado	3 C( ) curso especializado que se estudia después de terminar una carrera	3 D( ) aplicado

SUNTUARIO

4 A( ) canonizado	4 B( ) opulento e innecesario	4 C( ) baño público	4 D( ) altar donde los egipcios adoraban a sus faraones

ABUSO

5 A( ) uso racional	5 B( ) individuo inteligente	5 C( ) exceso	5 D( ) inspector marino con escafandra

CONSUMISMO

6 A( ) consomé	6 B( ) comprar sin necesidad; economía del desperdicio	6 C( ) con su permiso	6 D( ) austeridad

PRECISAR

7 A( ) señalar con exactitud	7 B( ) elevar el precio	7 C( ) negar	7 D( ) premeditar

VEREDICTO

8 A( ) dictar a la secretaria	8 B( ) confusión	8 C( ) indeciso	8 D( ) resolución

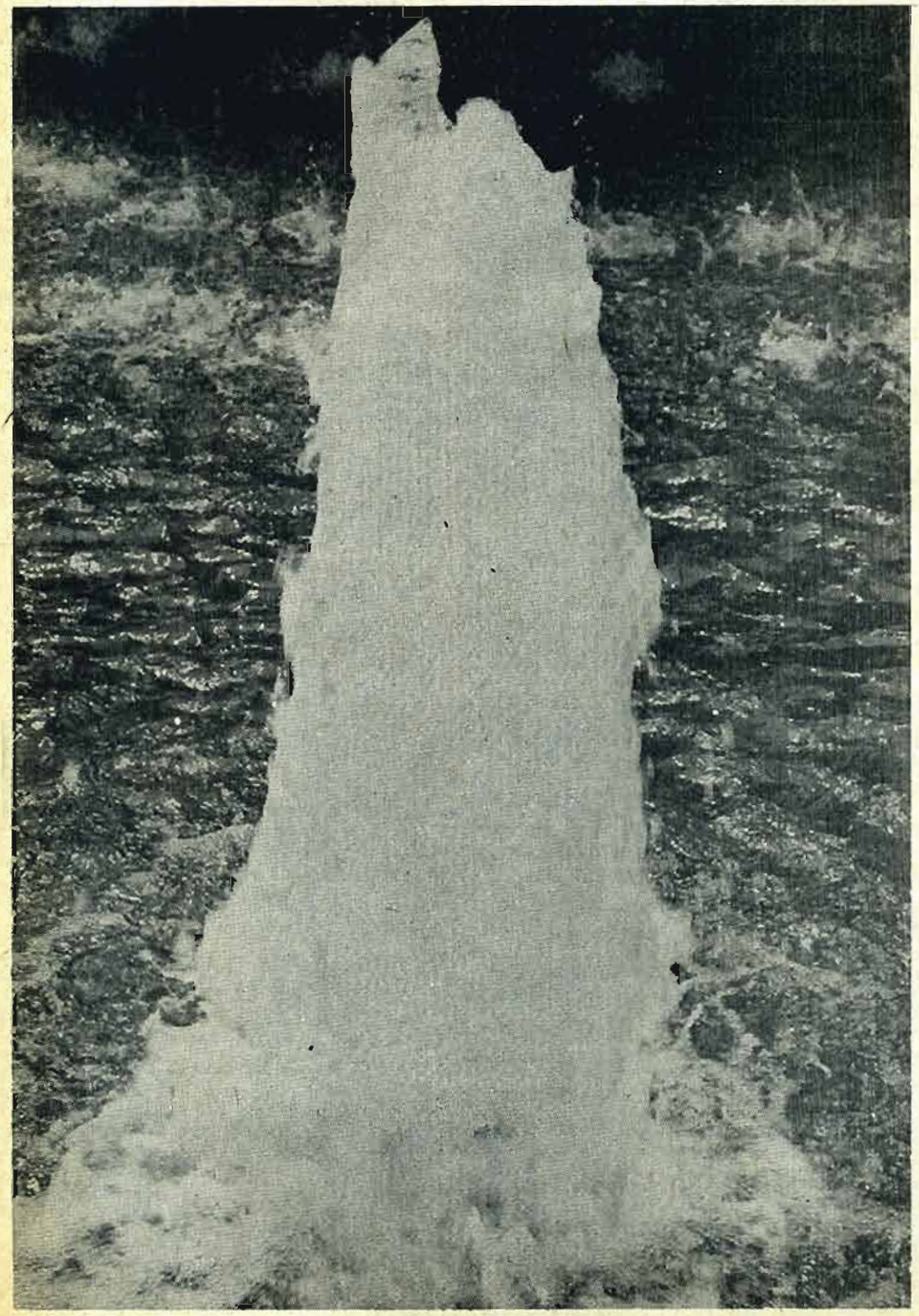
LEXICO

9 A( ) diccionario	9 B( ) laxante	9 C( ) país que desapareció a causa de una inundación en 327 A. C.	9 D( ) bufón de calabozo

ACOPLADO

10 A( ) habitante de Constantinopla	10 B( ) cantante de coplas	10 C( ) cierto individuo en estado continuo de enamoramiento	10 D( ) ensamblado

El consumo del agua



Algunos recordarán el procedimiento que ideó Robinson Crusoe para recolectar el agua de lluvia en la isla donde naufragó y que utilizó para beber en sustitución de la proveniente de los surtidores de su tiempo.

Para los que no estén familiarizados con la historia, valga esta pequeña introducción: el marino inglés observó los lugares que escurrían más agua de lluvia entre los árboles y allí fue donde construyó varios canales con hojas y lianas dirigidos todos a un punto central, que no era más que una modesta vasija.

Cuando consiguió suficiente agua para beber incrementó sus puntos de recolección y posteriormente el líquido no solamente lo utilizó para calmar su sed, sino también para asear su ya estropeada persona.

Quizá el método de Crusoe no está tan lejano al que deberá emplear en un futuro cercano el ciudadano moderno, ya sea urbano o rural. Y aunque parezca inverosímil, la escasez mundial y actual del "necesario líquido", como llamaron al agua muchos pueblos en la antigüedad, hace de la "técnica Crusoe", de hecho, una de las pocas alternativas conocidas para tratar con mediana seriedad un tema que, por no querer solucionar, mantenemos preñado de negros nubarrones.

El despilfarro del agua potable está a la vista de todos. Sencillamente, la gente utiliza demasiado líquido para lavar su vehículo o regar los prados. No cuida, por su lado, la toma descompuesta y las cañerías rotas. Este desperdicio ciertamente lo va a pagar alguien a la larga. Sin duda, el país entero.

Pero existen otros problemas importantes como son el de la contaminación del ambiente y lo difícil que ha resultado encontrar fuentes apropiadas para satisfacer las necesidades de los núcleos de concentración urbana, como México, habitados ya por la descomunal cifra de más de diez millones de personas. Son éstas las ciudades que, de acuerdo a los entendidos, próximamente y sin ánimos alegóricos, literalmente comenzarán a morir de sed.

México es una de las ciudades que en el futuro bien puede morir de sed.

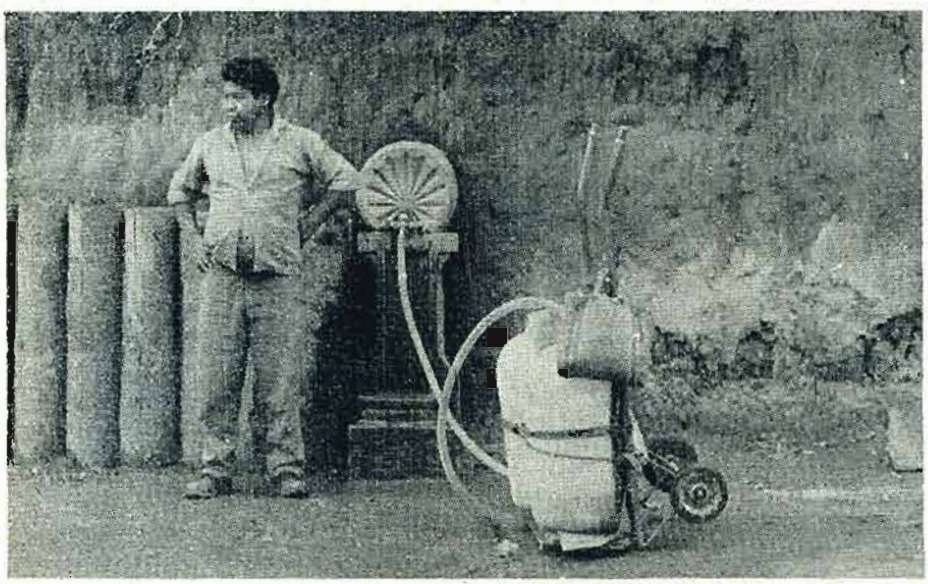
Cada vez resulta más difícil encontrar fuentes apropiadas para satisfacer las crecientes necesidades de la población.

Derroche criminal

La prueba más cercana del futuro de la escasez del líquido se tiene en Inglaterra, país que en el verano pasado no sólo sufrió una de las peores sequías de su historia, sino también en donde el agua tuvo que ser racionada a un nivel tan bajo que se consideró "crimen", pudiendo ser sancionado legalmente, cualquier indicio de derroche. Semejante fue la situación en numerosos lugares del resto de Europa.

En México se tienen estadísticas inquietantes: sólo el 68 por ciento de la población urbana cuenta con agua potable; el 69 por ciento de las personas del medio rural la desconocen por completo. Y esto, a pesar de que las inversiones para encontrar nuevas fuentes del líquido crecen permanentemente.

La Organización Panamericana de la Salud da otro dato que resulta aún más dramático por los aspectos de insalubridad que representa: solamente un 27 por ciento de las personas que habitan las zonas urbanas del continente disponen de alcantarillado, mientras que en el medio campesino el porcentaje se dispara a cifras todavía más desoladoras.



A pesar de que las inversiones para encontrar nuevas fuentes de agua crecen permanentemente, gran parte de la población urbana y total no cuentan con el líquido.

La pregunta de todos surge rápido: ¿de dónde saldrá entonces el líquido para abastecer una población creciente que carece en su mayoría de agua potable y alcantarillado?

Respuesta directa para esto último todavía no se encuentra. Lo que sí ya se sabe, es que no debe seguirse confiando en que toda el agua, para decirlo de alguna manera, vuelve o busca su mejor cauce. Y la ciudad de México es un buen ejemplo de lo anterior.

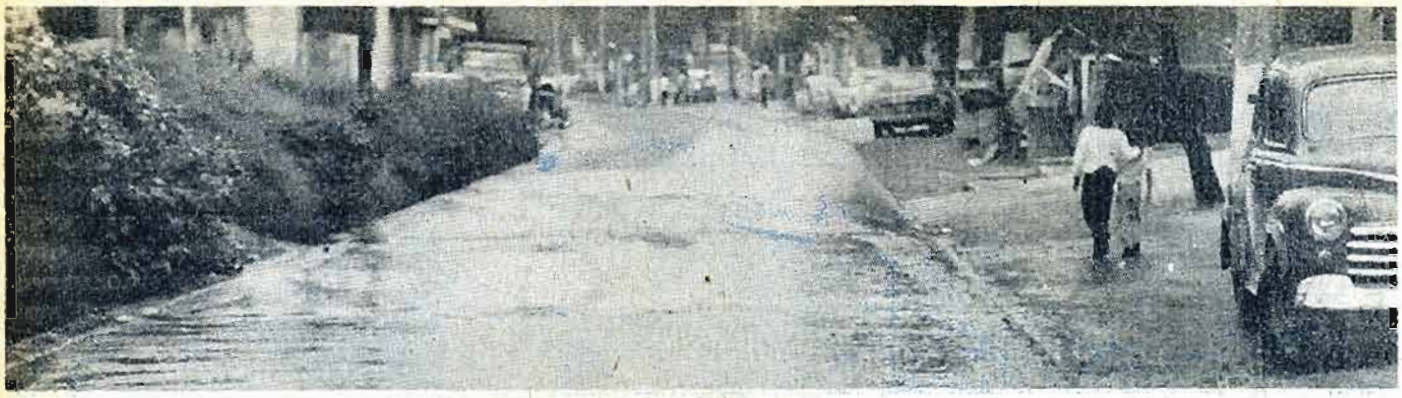
Se pueden observar alrededor de la capital "pipas" o carros-tanque repartiendo el líquido o, en situaciones más graves, los "burreros" llevando sus dos tambos de agua que venden. Esto ilustra parcialmente el hecho de que el agua fluye por terrenos cada vez más alejados de la población, creando así una fosa difícil de salvar entre el mundo real y el elemento social.

Pero también esa agua en muchas ocasiones no es potable, además de que el recipiente en donde se acarrea es casi siempre de limpieza deficiente, por lo que legítimamente es de esperar se perpetúen las asesinas enfermedades gastrointestinales, que tanto daño ya han causado a los habitantes del país.

El problema se acentúa cuando el director general de Usos del Agua y Prevención de la Contaminación, Eloy Urroz Jiménez, declara como ya lo ha hecho, que es práctica común en México descargar aguas residuales, ya sea domésticas o industriales, sin un tratamiento que permita volver a explotar el líquido.

El mismo especialista proporciona otros antecedentes que sirven de análisis para regenerar y ahorrar lo más posible el agua, al revelar que cada 24 horas se contaminan en el país una cantidad que corresponde a más de 100 litros por persona.

La Subsecretaría del Mejoramiento del Ambiente considera que solamente el uno por ciento del agua existente en el planeta es aprovechada por el hombre, mientras que el volumen restante, corresponde a los océanos y glaciales. Y si bien es cierto que el agua de los mares y los hielos flotantes pueden, después de un proceso, convertirse en "apta para el consumo humano", las técnicas conocidas, dice la misma dependencia, son rudimentarias y, lo que es grave, exigen la movilización de enormes recursos.



"En latinoamérica menos del 30 por ciento de las personas que habitan en zonas urbanas disponen de alcantarillado."

Ni una gota más, que a otro le hace falta

Por eso, recomienda la misma Subsecretaría como medida de primera necesidad, la implantación de mejores controles para la contaminación, logrando de ésta manera una mayor disponibilidad del líquido.

El usuario del agua, el que la emplea para calmar o apagar su sed, el que se baña diariamente, el que lava su automóvil o riega las plantas, es el único que puede romper el nudo gordiano del problema por el lado que corresponde. Es él, entonces, quien debe y puede hacerlo.

Y en esto, señalan los entendidos, no hay retórica ni la solución se dará, como en otros casos, por añadidura. Sencillamente, ni aun todo el goteo de los árboles del planeta alcanza ya para los miles de millones de personas que lo habitan.

Desde este momento se debe, pues, dejar de pensar que éste es un asunto más de los que corresponde solucionar a otros, para comenzar a racionar el "elemental líquido", como fue calificado o, lo que es igual, lavar menos el coche, regar las plantas en periodos más largos, no desperdiciar mucha agua y, en fin, guardar algo para calmar la sed que se aproxima.

La insalubridad de algunos depósitos de agua, perpetúan las enfermedades gastrointestinales.

También se debe considerar seriamente la posibilidad de contar con la capacidad de reprocesar el líquido y, más importante aún, prevenirse contra el uso de contaminantes desde el propio hogar.

Los ríos que llevan aguas negras del Distrito Federal han arrojado ya miles de peces muertos, pero no por sed naturalmente, sino por las impurezas que vierten en sus afluentes cada uno de los usuarios. Y esto no puede continuar.

Unos pequeños anuncios diseminados por los distintos pisos de las oficinas de la Secretaría de Recursos Hidráulicos dicen: "Usa toda el agua que necesitas. Pero ni una gota más, que a otro le hace falta." Bueno sería adoptar para siempre el mensaje. Y al precio que sea.

LOS 7 "NO" PARA EVITAR EL DESPERDICIO DE AGUA

- No riegue el jardín en época de lluvias.
- No descuide el flotador del tinaco y observe el del depósito del W.C.
- No intente solucionar los grandes problemas de tubería por sí solo, auxíliese de un plomero.

OJO: Si detecta fugas en las tuberías de la calle, llame a la Oficina de Orientación, Información y Quejas del Departamento del Distrito Federal. Teléfono No. 521-40-00

- No deje por distracción que el agua corra por el fregadero de la cocina.
- No deje correr innecesariamente el líquido al rasurarse, cepillarse los dientes o lavarse las manos.
- No lave el coche con manguera, utilice cubeta y jerga; limpie la calle con balde y escoba.
- No "bañe" el suelo mientras se enjabona.

LOS DE ENMEDIO

HOY "LOS JUGUETES PELIGROSOS"

POR MATZ '76 ©

CADA QUIEN HABLA SEGÚN LE VA EN LA FERIA.... UN JUGUETE PELIGROSO ES EL QUE MOTIVA NEGATIVAMENTE AL NIÑO, QUE NO EDUCA NI DIVIERTE PUES...

MIS HIJOS TIENEN UNAS PISTOLAS Y ESOS "HOMBRES DE ACCION" Y SE DIVIERTEN MUCHO INVENTANDO SUS PROPIAS GUERRAS...

¡AHÍ ESTÁ EL DETALLE! TODOS LOS JUGUETES BELICOS SOLO SIRVEN PARA DESTRUIR LA IMAGEN QUE TIENE EL NIÑO, DE LO QUE ES LA VIDA...

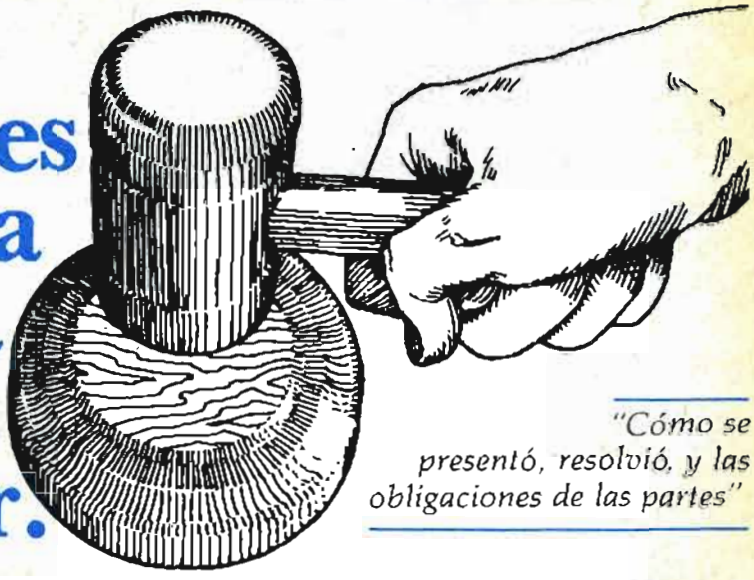
ACOSTUMBRANDOLO POCO A POCO A VER LA VIOLENCIA COMO UNA COSA MUY NORMAL, DE PASO DEFORMAN LA REALIDAD, DANDO AL NIÑO MOTIVACIONES FANTASIOSAS!!

¿ENTONCES, CUALES SON LOS MEJORES JUGUETES?

QUE MUCHAS VECES TERMINAN EN TRAGEDIA... ¿RECUERDA USTED EL CASO DE ESE NIÑO QUE SE PUSO UNA CAPA TIPO "SUPERMAN" Y QUISO VOLAR DESDE UN TERCER PISO?

LOS QUE DESPIERTEN EN EL NIÑO, EL DESEO DE APRENDER JUGANDO, LOS QUE DESARROLLAN SU IMAGINACION DE UNA FORMA POSITIVA....
COMO CON EL MECANO ¿VERDAD?
¡SEGUROLAS!... EN TODA LA REPUBLICA HAY UN MONTÓN DE TIENDAS QUE VENDEN JUGUETES EDUCATIVOS..
¿NO SON MUY CAROS?
LOS HAY DE TODOS LOS PRECIOS Y PARA TODOS LOS GUSTOS. LO IMPORTANTE ES DAR A NUESTROS HIJOS JUGUETES QUE AL MISMO TIEMPO ...
SIRVAN DE DIVERSION Y DESARROLLEN SUS APTITUDES, ENSEÑANDOLES QUE LA VIDA ES PARA CREAR Y NO PARA DESTRUIR....
¡YUUPII! DESCUBRÍ LECHE QUIMICAMENTE PURA...
¡ESTO DE LOS JUGUETES ESTÁ MAS DIFICIL QUE LA SITUACION DE TRELLES Y SUS RATONCITOS!
JUAR... JUAR... NI TANTO! EL CHISTE ESTÁ EN NO DEJAR QUE LOS NIÑOS VEAN MUCHO TIEMPO LA TELE Y QUE APROVECHEN ESE TIEMPO EN ALGUN JUEGO CONSTRUCTIVO.
¿ENTENDIO USTED, BIEN TODO ESTO?
¡SIMON! PERO LO QUE YO QUERIA SABER ES;
¿LOS CONSOMES DE POLLO, TIENEN POLLO?
¡SOPAS!
...ESO SE LO CONTESTARÉ EN LA PROXIMA, PORQUE HOY YA SE ME ACABO EL ESPACIO...

Casos Reales Sometidos a la Procuraduría Federal del Consumidor.



"Cómo se presentó, resolvió, y las obligaciones de las partes"

Nombre y dirección del demandante:

Manuel Eliodoro Pérez Ramírez. Ruperto Martínez, Oriente 814-202, Monterrey, N. L.

Razón social de los demandados:

Universal Promotora, S.A. y Promotora del Desarrollo, S.A. Monterrey, N.L.

Motivo de la querella según el demandante:

"Con fecha 24 de febrero de 1976 celebré un contrato con Universal Promotora, S.A. para la adquisición de un terreno ubicado en Lote 32, Manzana 53 del Fraccionamiento Valle de San Miguel, en Cd. Guadalupe, N.L.; y a la vez realicé otro contrato con Promotora del Desarrollo, S.A. para la construcción de una casa habitación en dicho terreno.

"El valor total de la operación se estipuló en 136 mil pesos más 10 mil pesos por concepto de gastos de apertura de crédito, cantidades que básicamente serían pagadas mediante financiamiento obtenido de la siguiente forma: 107 mil pesos de crédito bancario, y 16 mil pesos de crédito de la colonia representado por Universal Promotora, S.A.

"Hasta el 27 de agosto de 1976, ya había pagado yo la cantidad de 21 mil pesos, correspondientes a pagos parciales por el periodo comprendido entre febrero y agosto, y sin embargo, hasta ese día, las dos empresas no habían entregado ni el terreno ni empezado a construir la casa.

A mediados de agosto, recibí un telegrama en el que las dos empresas contratadas me notificaban la suspensión del crédito y la anulación del contrato, por lo que acudí a la PFC para reclamar mis 21 mil pesos, más los intereses que corresponden al tiempo en que las dos empresas citadas tuvieron el dinero en su poder, así como los daños y perjuicios de los cuales fui víctima."

Acuerdo pactado en la PFC:

Francisco García Franco y el licenciado Fernando de la Garza, gerentes de las empresas vendedoras, fueron localizados por el licenciado Roberto González Verduzco, delegado de la PFC, quien reunió los elementos de juicio necesarios y abundantes para lograr, en la audiencia de conciliación, la restitución de los 21 mil pesos más los intereses devengados durante el tiempo en que tuvieron el dinero en su posesión ambas empresas, en favor del demandante Manuel Eliodoro Pérez Ramírez.

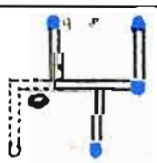
Curiosamente, durante la investigación realizada se encontraron 13 casos semejantes al anterior, y todos fueron resueltos en favor de los demandantes, quienes recobraron el capital entregado y los intereses devengados.

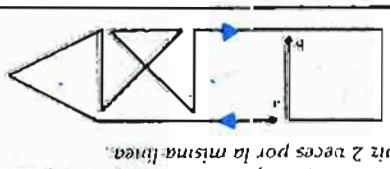
Universal Promotora, S.A. y Promotora del Desarrollo, S.A., a través de Ignacio Martínez, presidente del Consejo de Administración, entregaron a los 14 querellantes la cantidad de 155 mil 338 pesos con 47 centavos, y así la demanda pudo resolverse satisfactoriamente para ambas partes.

Solución a Vocabulario del Consumidor 1A, 2A, 3C, 4B, 5C, 6B, 7A, 8D, 9A y 10D.

Soluciones a la sección de "Magia":

1. "1,024 veces puede deletrearse la palabra "ABRACADABRA" en la figura.
3. Los 3 cerillos marcados, se colocan debajo del centro del dibujo, de tal modo que al sumar se tienen 12 cuadrados.
4. La cuarta moneda de la línea horizontal se acomoda sobre la primera del mismo trazo. Así se obtienen 2 líneas rectas de 4 monedas cada una.
5. El cerillo de arriba a la derecha se traslada hacia abajo y a la izquierda, mientras que el fósforo horizontal se desplaza a su izquierda. De esta manera se forma una copa boca abajo, con la aceituna fuera.
7. Partiendo de a o b, y siguiendo la ruta establecida, se forma el dibujo sin pasar el lápiz 2 veces por la misma línea.





Los buenos, los malos y los feos

Ante la situación actual, los comerciantes reaccionan en formas muy diferentes:

Unos limitan sus ganancias a lo estrictamente razonable, pensando en que su negocio es para toda la vida.

Otros tratan de enriquecerse en unas semanas, sin darse cuenta de los perjuicios que les esperan en el futuro.

Unos saben que el prestigio y la clientela se ganan sólo en base al esfuerzo de muchos años.

Otros ignoran que la clientela y el prestigio se pueden perder en un día.

Unos respetan los precios y, por consiguiente, se respetan a sí mismos, a sus clientes, a sus proveedores y al país.

Otros prefieren arriesgar el todo por el todo. Unos ayudan a resolver los problemas.

Otros los crean. Y otros más, los indiferentes, los feos, ni siquiera se interesan en este tipo de problemas. Usted, como consumidor... ¿A cuál prefiere?

Compre inteligentemente. Apoye a los comerciantes inteligentes, los buenos, que ven su negocio a largo plazo. No le haga el juego a los especuladores, los malos.

¡Participe!

Si usted participa,
los demás no estamos solos.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

La REVISTA DEL CONSUMIDOR se publica mensualmente como el órgano oficial de difusión del INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR. Insurgentes Sur No. 1871 - México 20, D.F. teléfonos 550-47-55, y está totalmente impresa en papeles nacionales, por Impresora y Editora Cocoyoc S.A., Democracias No. 61, México 16, D.F., teléfono 576-32-12, y Lito Offset Sánchez, Cerro Tres Marías No. 354, Mexico 21, D.F., teléfono 544-73-40 - Tipografías Multiservicios Publicitarios, Av. Universidad 1499, México 21, D.F. teléfonos 524-9612 y 524-0920. - Distribuida por la Unión de Voceadores de México y Distribuidora Saynós de Publicaciones, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Se reservan todos los derechos conforme a la Unión Internacional del Derecho de Autor y las Convenciones Universal y Panamericana sobre Derechos de Autor. La reproducción o uso del contenido literario o gráfico, sin previa autorización por escrito, quedan prohibidos conforme a la Ley. (No se autorizará el uso del material para fines publicitarios comerciales.) El contenido de los artículos firmados es responsabilidad directa del autor y no necesariamente refleja ni la filosofía ni el criterio editorial de la revista. No se devuelven originales. Certificado de Licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas EN TRAMITE. Autorización como correspondencia de segunda clase por la Dirección General de Correos EN TRAMITE.

La REVISTA DEL CONSUMIDOR tiene como objetivo esencial proporcionar a los consumidores información, orientación y consejo acerca de bienes y servicios, así como ofrecerles recomendaciones y sugerencias en todo lo tocante al manejo racional del presupuesto familiar y la preservación de la dignidad humana. Ni la revista ni el Instituto Nacional del Consumidor admitirán anuncios comerciales o institucionales, así como tampoco aceptarán muestras de productos ni se comprometerán de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. Los estudios comparativos de la REVISTA DEL CONSUMIDOR llevarán el propósito único de informar y orientar a sus lectores, y no podrán ser utilizados para ningún fin publicitario o comercial. La violación de esta prohibición expresa ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes. Los productos que se utilizan para la elaboración de los estudios comparativos se adquieren en el mercado libre, precisamente bajo las condiciones en las que los compran normalmente los consumidores, y se sujetan a pruebas exhaustivas de laboratorio y al juicio de expertos en el producto objeto de la investigación.

Correspondencia y Suscripciones: Diríjase a la REVISTA DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871, México 20, D.F.

¡Esté alerta!

Los envases y etiquetas ayudan a reconocer las propiedades de los artículos ofrecidos en el mercado. Manejados capciosamente, sin embargo, pueden inducir a engaños.

Nuestro propósito aquí no es tanto el de atacar a alguna marca o producto en particular, sino establecer, como lo hemos dicho antes, un diálogo de equidad y justicia entre los que compran y los que venden... para beneficio de todos.

Publicidad inadecuada. El contenido de carne seca de pollo en este producto es de sólo 8.40 por ciento del total (7 por ciento de grasa del mismo animal tampoco justifica la figura).

El mismo uso de información incompleta. De tomate deshidratado, este artículo cuenta con 9.5 por ciento del total.

¿Por qué en vez de una frase como esta no se dice claramente que el consomé concentrado es un sazonador de alimentos compuesto en un 48.40 por ciento de sal común yodatada?

¡Y que decir del tamaño del envase! Al abrir la tapa se puede medir fácilmente un vacío de por lo menos 3 cm. antes de llegar al consomé granulado.

Certificación de la diferencia entre la altura del envase y del contenido número 39177, Notario Público 117 Lic. Francisco Daniel Sánchez Domínguez.

revista del consumidor